



LA PROFESIÓN CONTABLE, UNA MIRADA INTEGRAL DESDE LA INVESTIGACIÓN

Edwin Mauricio Castro Martínez
Editor y compilador



Tomo I

LA PROFESIÓN CONTABLE, UNA MIRADA INTEGRAL DESDE LA INVESTIGACIÓN

Tomo I

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE NARIÑO



© Corporación Universitaria Autónoma de Nariño
Primera edición: diciembre 2021

ISBN Digital:
Obra completa: 978-958-52607-7-1
Tomo I: 978-958-52607-8-8

Editor y compilador
Edwin Mauricio Castro Martínez

Apoyo editorial
Neydú Guana Ortiz

Diseño de cubierta y diagramación
P Studio Creativo

Editorial Corporación Universitaria Autónoma de Nariño
Carrera 28 # 19-24
Teléfono +(57) 2 724 4419
Pasto, Colombia.
www.aunar.edu.co

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño
Vigilada MinEducación

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor y autor.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

Comité Directivo

Ingrid Colunge Ordoñez

Rectora

Alejandra Narváez Herrera

Vicerrectora de Investigación

Doryan Erik Colunge Cabrera

Director Extensión Villavicencio

Oscar Aldo Barrero Duque

Subdirector Académico Extensión Villavicencio

Jair David Marín Martínez

Coordinador Facultad de Ciencias Administrativas y Contables -
Extensión Villavicencio

Edwin Mauricio Castro Martínez

Coordinador de investigación - Extensión Villavicencio

I CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA PÚBLICA 'hacia el conocimiento integral de la profesión y la investigación en las áreas contables'

Comité Científico

Jair David Marín Martínez

Edwin Mauricio Castro Martínez

Leidy Tatiana Céspedes

Coordinadores mesas temáticas

Jair David Marín Martínez

Leidy Tatiana Céspedes

Apoyo logístico y tecnológico

Sergio Nicolás Rojas

Edison Andrés Solano

Miguel Ángel Rojas

Comunicaciones

Yuli Marcela Ruiz Caballero

Luis Alfonso Achinte

Dirección de contacto

Coordinación de investigación

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

Km. 1.6 vía Puerto López, costado izquierdo

Villavicencio, Colombia

Teléfono: +(57) 8 682 3030

www.aunarvillavicencio.edu.co

Índice

Presentación.....	9
Prólogo.....	11
1. Diagnóstico de las Estrategias Didácticas para la Formación Ética del Contador Público de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extensión Villavicencio.....	13
2. Desarrollo de un Aplicativo Móvil para el Aprendizaje de las Áreas Contables para los Estudiantes del Programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Extensión Villavicencio.....	23
3. Análisis de los cambios que afectaron económicamente a los Tenderos del Barrio El Limón en los tiempos de la Pandemia.....	35
4. Creación de una Herramienta para la Organización de la Información Contable de la Fábrica de Calzado Ronny de Villavicencio.....	39
5. Sistematización de las Actividades de Formación e Integración del programa de Contaduría Pública en Uniminuto.....	64
6. Comparativo del Programa de Contaduría Pública Uniminuto con las Universidades más destacadas del ranking del MEN a nivel local, nacional e internacional.....	70
7. Plan de Negocio Constructora Cascada de Oriente, en el Municipio de Fómeque.....	78
8. Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@.....	94
9. Caracterización de los Factores de Vulnerabilidad de los Alumnos de Contaduría Pública de la Vicerrectoría Regional Llanos.....	109
10. Diseño de un Plan Estratégico de Educación Financiera en Redes Sociales Facebook e Instagram para la Población Juvenil.....	116

Presentación

Este libro es el resultado del trabajo mancomunado de líderes académicos y docentes de nuestra institución de la extensión Villavicencio, por proponer e incentivar la transferencia de conocimiento a través de experiencias nacionales e internacionales, que impacten positivamente en el proceso formativo de los estudiantes de carreras administrativas y contables de la comunidad académica y de toda la sociedad interesada en estos temas.

Las experiencias que aquí se presentan, se dan en el marco del I Congreso Internacional de la Contaduría Pública, en el que sus participantes conocieron de primera mano, las nuevas metodologías, tecnologías

y tendencias, para temas de contabilización y tributación en países como Chile y Estados Unidos, ampliando los conceptos contables y abriendo el panorama para que estas experiencias de países desarrollados y avanzados en términos contables, proporcionan nuevas herramientas para los procesos formativos y el fortalecimiento en la toma de decisiones.

Para AUNAR es un privilegio que nuestra visión de proyección académica y social, cuente con la participación de conferencistas nacionales e internacionales de gran reconocimiento y prestigio, quienes brindan sus investigaciones y experiencias al servicio de la comunidad académica y la sociedad, en un ejercicio

holístico que amplía los conocimientos de todos los participantes y fomenta la lectura e investigación.

Las instituciones de educación superior, no solo estamos llamadas a brindar conocimiento a la comunidad, también debemos ser plataformas para la transferencia de experiencias para la sociedad, motores de desarrollo de la región y el país. En este aspecto, nos esforzamos día a día para impactar positivamente a más personas con la convicción y la motivación de un crecimiento económico, una mejor calidad de vida de todos los habitantes, basados en la responsabilidad social, cultural y ambiental.

Dentro del marco de este Congreso Internacional, se reflexionó sobre el impacto del ejercicio profesional de la Contaduría frente a las finanzas públicas en un escenario de pandemia, en el que, tanto personas como empresas, se abocaron a una transición que obligó a reinventarse.

Por último, quiero agradecer a todo el equipo que hizo posible este congreso bajo el liderazgo de la subdirección académica de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño AUNAR en Villavicencio, en cabeza del Dr. Oscar Barrero y el coordinador de

la facultad de Ciencias Administrativas y Contables el magíster Jair Marín; así como a todo el equipo de investigadores docentes quienes hicieron posible este libro bajo el liderazgo del coordinador de Investigación, el magíster Mauricio Castro Martínez; así como a todos los conferencistas nacionales e internacionales que con gran motivación compartieron sus experiencias en este congreso, del mismo modo, quiero agradecer a todos los participantes presenciales y virtuales y a todos aquellos que leen este libro.

Doryan Erik Colunge Cabrera

Director

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño
Extensión Villavicencio

Prólogo

El I Congreso Internacional de la Contaduría Pública *“Hacia el Conocimiento Integral de la Profesión y la Investigación en las Áreas Contables”* realizado por el programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Extensión Villaviciencio, surge de la necesidad de profundizar en el reconocimiento de la práctica e investigación de la Contaduría Pública, como una apuesta constante teniendo en cuenta su poder transformador sobre las dinámicas académicas y profesionales actuales.

En este sentido, la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables a través de su programa de Contaduría Pública y la Coordinación de Investigación

e Innovación, a través del grupo de Investigación GIAUNARVI y el semillero de Investigación SICOFIT, se embarcan en el reto de la creación de un espacio multipropósito para el análisis, discusión y reflexión en torno a la investigación, y experiencias significativas en las áreas contables.

Como primer propósito, el evento propone un escenario para el encuentro de la comunidad académica en general, que permitió compartir el conocimiento y la experiencia de los profesionales de las áreas contables. Como segundo propósito, sirvió de plataforma para la divulgación de ideas, procesos y resultados de investigación, en torno a las áreas contables desde

una mirada global y; como tercer propósito, responde al interés de divulgar a la comunidad académica, a los empresarios y al sector público, los hallazgos de investigación propios de la contaduría pública.

Es así como esta obra, aporta reflexiones significativas y recoge la experiencia de profesionales de las áreas contables que, desde su historia de vida y trayectoria en el ejercicio profesional, ilustran como desde el ejercicio profesional del Contador Público, se alcanza la integralidad y permite, no solo el desarrollo en diferentes campos; sino también trascender a nivel nacional e internacional.

A partir de la coyuntura mundial, suscitada por el COVID-19, se abordó el asunto de la gestión y responsabilidad de los contadores frente a los impactos de la pandemia en las finanzas públicas, así como la función del auditor, desde la comprensión amplia de las organizaciones en su acción estratégica y actividad operativa.

Esta obra, deja a disposición de los lectores, un interesante recuento de experiencias significativas en materia contable y tributaria en diferentes países y su comparación con el ejercicio en Colombia y, es además, una invitación abierta para aportar en el proceso formativo de los futuros contadores públicos, desde la integralidad y la ética.

Jair David Marín Martínez

Coordinador Académico Ciencias Administrativas y Contables

Mauricio Castro Martínez

Coordinador de Investigación e Innovación

Diagnóstico de las Estrategias Didácticas para la Formación Ética del Contador Público de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extensión Villavicencio.

Sary Tatiana Barrios Suarez. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.

Correo: sarytatanabarriossuarez@campusvirtual.aunarvillavicencio.edu.co

Sandra Milena Ladino Bernal. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.

Correo: sandramilenaladinobernal@campusvirtual.aunarvillavicencio.edu.co

Resumen

Existen varias formas de enseñar un tema o dictar una clase, cada estudiante tiene una forma diferente de captar la información que le es instruida, algunos entenderán más rápido que otros o verán la importancia de un tema, de forma muy relativa, es por esto que al usar estrategias didácticas de una forma planificada y que sean adecuadas para la enseñanza de la ética profesional de los contadores públicos de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño Extensión Villavicencio, por parte de los docentes, cada individuo tendrá una mayor percepción de la buena moral y por ende tomar las mejores decisiones éticas

Abstract

If adequate didactic strategies are used for the teaching of professional ethics of the public accountants of the Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extension Villavicencio, by the teachers, each individual will have a greater perception of good morals and therefore make the best decisions ethics in the face of the scenarios that may arise in their professional life, being able to reflect with their attitude and work the confidence of the profession.

This project aims to generate a diagnosis of the didactic strategies used by teachers in the ethical training of public accountants, analyze and improve

frente a los escenarios que se puedan presentar en su vida profesional, reflejando con su actitud y trabajo, la confianza de la profesión.

Con este proyecto se pretende realizar un diagnóstico a las estrategias didácticas usadas por los docentes en la formación ética del contador público, analizando las estrategias existentes y dando a conocer otras estrategias, que puedan ser utilizadas para mejorar la interpretación y aplicación de la ética del contador por parte de los estudiantes de contaduría pública, para que se cree conciencia frente al actuar de un profesional, se comprenda la importancia y necesidad de realizar cada actividad que propone la vida profesional, con valor ético y sin incurrir en faltas que no sólo afectan su integridad sino la de toda una sociedad.

Palabras clave

Contaduría pública, Estrategia didáctica, Competencia ética, Conocimiento, Axiológico.

existing ones and present other strategies that may be applicable to improve the interpretation of accountant ethics, by the students of the career, so that the need to carry out each activity that professional life proposes with ethical value, responsibility and without incurring faults, which not only affects their integrity but that of an entire society is understood.

Keywords

Public Accounting, Didactic Strategy, Ethical Competence, Knowledge, Axiological.

Introducción

La falta de estrategias para enseñar los valores contemplados en el código de ética del contador público, generan que se cree un pensamiento muy básico, esto es que, si bien el estudiante memoriza los valores de la profesión, no los practicara, pues de acuerdo a lo aprendido, pueda que no les vea relevancia a algunos.

Motivo por el cual con este proyecto se busca desarrollar estrategias didácticas, técnicas y prácticas que garanticen la enseñanza de la ética, generando conciencia a los futuros profesionales y permitiendo que en el desarrollo de su profesión la credibilidad de la información financiera, la eficiencia, economía y efectividad de las operaciones que realicen resalte entre sus cualidades.

Es por esto que con este proyecto se quiere reconocer al contador como una persona responsable, preparada, honesta, leal por lo que es muy importante inculcar al futuro contador la ética personal, ética profesional y una actitud positiva hacia la profesión.

La disposición de los estudiantes en aprender y de los docentes en inculcar valores éticos con estrategias

aplicables, busca diseños para descubrir errores y fraudes en operaciones rutinarias aplicadas a la contabilidad.

Los riesgos que pueden ocurrir cuando un contador localiza errores y fraudes importantes, tienen por ocasión que el contador sea utilizado como un blanco de chantaje. Motivo por el cual buscamos estrategias que utilizaremos con los docentes de la Corporación Autónoma de Nariño Extensión Villavicencio, para que los valores éticos más aplicados a la responsabilidad relacionada con el contador y la complejidad que esta profesión presente en su cotidianidad, sean manejados a conciencia, con procesos transparentes y aplicando las estrategias vistas en este proyecto. El fin de esta investigación es lograr evidenciar las falencias que se pueden presentar a la hora de la formación axiológica y ética, debido a las reducidas formas pedagógicas que hay en la introducción de estos temas hacia la población estudiantil.

Es importante adoptar diagnósticos y estrategias didácticas para la formación ética del contador público de la corporación Autónoma de Nariño, tales como abrir

nuevos caminos de investigación y de exploración que integren estrategias innovadoras para la enseñanza.

Se deben construir estrategias claras para una excelente comprensión del origen de la profesión contable, su importancia social y el significado que esta conlleva a educar con valores hacia la confianza pública.

La idea es que como resultado quede una guía más amplia de estrategias para la enseñanza y profundización del tema ético de los profesionales en Contaduría Pública.

Ética y sociedad

Es común escuchar que la ética de una persona lo es todo y para corroborar la validez de esta afirmación lo primero que debemos saber es el concepto de lo que conocemos como ética.

La ética es una rama de la filosofía que estudia el comportamiento de un individuo y está compuesta de una serie de valores que permiten a una persona saber que es bueno, que es malo y así mismo determinar su comportamiento.

“Un comportamiento humano ordenado conforme a ciertos principios, postulados y normas prescritos por la cultura imperante en cada sociedad. Ellos señalan la línea demarcatoria entre lo lícito y lo ilícito, lo correcto y lo incorrecto, lo aceptable y lo inaceptable” (Ríos y Fieser, 2005).

Existen valores éticos y valores sociales, estos tienen conceptos totalmente independientes pero su desarrollo y su uso están bastante relacionados. Los valores éticos aterrizan como tal al actuar de una persona individualmente, mientras que los valores sociales, conllevan a desarrollar un pensamiento colectivo.

Se podría pensar que estos conceptos sólo influyen hasta cierto grado el comportamiento de una persona, pero el desarrollo de estos tiene una participación e importancia mayor de la que se piensa. Puede suceder que en determinado momento los valores éticos de una persona, se vean influenciados por los valores sociales y es por esto que las bases éticas son fundamentales.

La ética se aprende en la casa y en la Universidad

No solo se puede basar la enseñanza de la ética y la moral en una materia de semestre, sino que debe ser impartida como otras universidades ya lo hacen, debe ser una transversalidad con las demás materias centrales, para que no solo se trabaje la fase técnica del estudiante, sino que también se le esté recordando a medida que transcurre su carrera, que de nada sirve ser profesional si no se es primero persona.

Metodología

La presente investigación tuvo un carácter descriptivo, pues permite identificar, determinar y orientar la utilización de las estrategias didácticas para la formación ética, básica, profesional y socio-humanística del Contador Público, estudiar el comportamiento de la población objeto (docentes) en el desarrollo de sus actividades laborales, sin el uso de hipótesis y demostrando situaciones reales. Además de lo anterior, este tipo de estudio, nos permitirá: i) Observar sus características como individuos particulares

y también como un grupo docente universitario encaminado a un mismo fin, la enseñanza. ii) Relacionar los factores internos y externos que tienen afectación a la hora de que los docentes impartan su enseñanza y, iii) Determinar la relación causa-efecto, en el uso de las diversas estrategias pedagógicas existentes.

Enfoque

El presente trabajo será diseñado bajo un enfoque mixto, pues es el que mejor se adapta a los requerimientos de la investigación. Se pretende medir, cómo comprender, cuáles son las estrategias didácticas usadas por los docentes de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño Extensión Villavicencio.

Hipótesis

Si se usan estrategias didácticas adecuadas para la enseñanza de la ética profesional de los contadores públicos de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño Extensión Villavicencio, por parte de los docentes, cada individuo tendrá una mayor percepción de la buena moral y por ende tomar las mejores

decisiones éticas frente a los escenarios que se puedan presentar en su vida profesional.

Fuentes primarias

Se recurrirá a la utilización de encuestas y entrevistas, para conocer el manejo de las diferentes estrategias enseñanzas usadas por los docentes de la universidad en la enseñanza de la ética para los estudiantes de contaduría pública, así como para saber que técnicas pedagógicas se conocen, pero no se usan, además del manejo de las herramientas tecnológicas como aliadas en la formación de los profesionales.

Fuentes secundarias

Como fuente secundaria se usará de base las diferentes investigaciones, textos, entrevistas, videos, libros y documentales ya existentes acerca del tema de la investigación.

Población

Los sujetos que participarán en esta investigación serán 27 docentes del programa de Contaduría Pública jornada diurna, nocturna y sabatina de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extensión Villavicencio. Por ser una población inferior a 50 personas no se realizará ningún tipo de muestreo estadísticamente.

Resultados esperados

Identificar las estrategias didácticas que utilizan los docentes para la formación ética del contador público.

Con el primer instrumento aplicado, se buscaba la identificación de las estrategias didácticas usadas por los docentes, donde se obtuvieron resultados específicos respecto a cada estrategia usada y así mismo se pudo evidenciar cómo se desarrollaba su planeación, supervisión y evaluación.

Tabla 7. Estrategias didácticas usadas para la formación ética de los estudiantes de Contaduría Pública.

TÉCNICA, DIDÁCTICA, PROCEDIMIENTO O ESTRATEGIA	NRO DE DOCENTES	USO
VIDEOS	2	7%
PRUEBAS EVALUATIVAS	1	4%
TRABAJOS COLABORATIVOS O GRUPALES	3	11%
PENSAMIENTO NEUROLINGÜÍSTICO	1	4%
ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN	2	7%
CUESTIONARIOS, ANÁLISIS Y PREGUNTAS ABIERTAS	3	11%
DESARROLLO DE PROYECTOS	1	4%
AUTO EVALUACIÓN	4	15%
CASOS PRÁCTICOS, CASOS REALES, INVESTIGACIÓN	12	44%
TALLERES, MESAS REDONDAS, SOCIALIZACIONES, EXPOSICIONES	6	22%
JUEGOS DE ROLES, FOROS	3	11%
PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS	1	4%
TRABAJOS ESCRITOS	1	4%

Fuente. Elaboración propia.

Determinar la existencia de conocimiento del proceso de formación axiológica para la enseñanza de las actitudes y competencias éticas que deben observar los contadores públicos.

El 100% de los docentes encuestados manifestaron que no tienen conocimiento del proceso de formación axiológica para la enseñanza de las actitudes y competencias éticas que deben observar los contadores públicos: orientar a los docentes en la utilización de

estrategias para la formación ética del contador público y el fortalecimiento de las actitudes axiológicas. Después de tabular los resultados de los dos primeros instrumentos aplicados a los docentes, se realizó un análisis para extraer los puntos que se podrían reforzar y socializar con los docentes en esta investigación.

Al ser estas, partes fundamentales del proceso de formación de los estudiantes, deben tener claros los conceptos claves que van enlazados a los procesos de aprendizaje. Como tutores u orientadores deben tener claro que existen diversas estrategias por medio de las cuales se puede enseñar la temática o contenido de la materia y que no en todas las materias se puede aplicar el mismo método, pues se corre el riesgo de que el estudiante no entienda y se desvíe del objetivo de la clase.

Además de que al no realizar uso de estrategias didácticas se puede tornar monótono el aprendizaje y por ende generar un ambiente no propicio dentro del aula, que impide que el estudiante, pueda ver la verdadera importancia del tema que quiera impartir el docente.

La mayoría de los docentes encuestados se centra solo en desarrollar el tema de su clase y no trabaja de

forma conjunta para reforzar las competencias éticas en los estudiantes de contaduría pública o lo hacen de una forma pasiva, lo que ocasiona que la ética profesional de alguna forma pierda la importancia que merece.

Se evidenció que los docentes no tenían claras las diferentes estrategias que se pueden aplicar dentro del aula para facilitar el proceso de aprendizaje de competencias éticas, por esto se presentó de manera detallada la definición de las estrategias más usadas, sus ventajas y desventajas.

Se realizó entonces la socialización, usando como herramienta una presentación, que destaca conceptos que no se tenían muy claros y temas que generaron gran duda en los instrumentos aplicados.

El contenido de la presentación fue:

- Definición de estrategia pedagógica.
- Aspectos a tener en cuenta para implementar estrategias didácticas.
- Definición, ventajas y desventajas de las metodologías y/o estrategias pedagógicas más populares del siglo XXI.

- Definición de competencia ética.
- Importancia de reforzar las competencias éticas.
- Desarrollo de estrategias para competencias éticas.
- Cómo supervisar estrategias para el desarrollo de competencias éticas en los estudiantes.
- Cómo evaluar las estrategias aplicadas para el desarrollo de competencias éticas en los estudiantes.
- Principios básicos de la ética del contador público.
- Como verificar que el estudiante desarrolle competencias éticas.
- Definición de axiología.

Se contó con la participación de 15 de los docentes encuestados, con un tiempo total de socialización de una hora y media. Donde se pudo realizar la debida explicación de cada uno de los puntos anteriormente mencionados, se contó con la participación de algunos docentes, que presentaron su punto de vista personal y se tuvo un espacio final para resolver inquietudes.

Por último, como conclusión a la socialización se realizó la recomendación a que desde su parte docente puedan ser pieza activa de la formación no solo

teórica del estudiante, sino también de su parte ética y práctica profesional. Puesto que su aporte como docentes no es solamente impartir un tema, sino que como orientadores de educación deben ser ejemplo y mediar para que el estudiante en el desarrollo de su carrera desarrolle competencias éticas adecuadas.

Conclusiones

Los docentes tienen conocimiento y hacen uso de estrategias didácticas para la formación ética de los estudiantes, pero de una forma superficial.

Es importante que se aplique la transversalidad de la ética profesional en la formación ética del contador público.

Se deben seguir implementando foros, capacitaciones, para reforzar y ampliar conocimientos en los docentes, para que puedan brindar una orientación más amplia respecto a la ética profesional.

Referencias

Bello Romero, A., & Colmenares Galindo, L. (Agosto de 2015). *Revista Criterios Ciencias Económicas Revista de Estudiantes Vol.1*. Obtenido de Estrategias pedagógicas de enseñanza de la ética profesional, entre los valores morales y los valores profesionales. El Caso del programa de contaduría pública de la Universidad Militar Nueva Granada: <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/CREFCE/article/view/3880/2974>

Bermúdez Gómez, H. (18 de diciembre de 2014). *Comunidad Contable*. Obtenido de Derogatoria del Código de Ética Profesional: http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/C/contrapartida_1100/contrapartida_1100.asp?print=1

Bolívar, A. (2005). El lugar de la ética profesional en la formación universitaria. *Revista Mexicana de investigación educativa Vol.10. Número 024*.

Burbano Cocha, O. A. (2006). A propósito de la ética profesional en la formación universitaria del contador público. *Revista facultad de ciencias contables, económicas y administrativas. Vol.3*.

Congreso de la República. (13 de diciembre de 1990). *Ministerio de educación*. Obtenido de https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-104547_archivo_pdf.pdf

Congreso de la República. (13 de Julio de 2009). *Secretaría Senado*.

Contable, L. C. (9 de Noviembre de 2017). *Legis Comunidad Contable*. Obtenido de Principios fundamentales del código de ética.: <http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/Contador/principios-fundamentales-del-codigo-de-etica-para-contadores.asp?Miga=1>

Definicion.de. (s.f.). Obtenido de <https://definicion.de/>

El Colombiano. (26 de Noviembre de 2014). *El Colombiano*. Obtenido de La etica se aprende en la casa y en la u: <https://www.elcolombiano.com/perspectivas-de-la-construccion/la-etica-se-aprende-en-la-casa-y-en-la-u-FE745869>

Ferrera, J. (Marzo de 2019). *Significado*. Obtenido de <https://significado.com/estigmatizar/>

Giraldo Garces, G. (2013). Aproximación a la relación entre aspectos sociológicos del poder y la ética profesional del contador público. 2a parte. . *Revistas Javeriana*.

Guete Roldan, M. R., De La Hoz Mendoza, G. D., Cantillo Lopez, K. Y., Torres Henao, N. (2018). *La responsabilidad social del contador público en el contexto de la revisoría fiscal*. Obtenido de Repository UCC: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8058/1/2018_responsabilidad_social_contador.pdf

Herrera, H. M. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.

Martínez, E., & Sánchez, S. (s.f.). *Educomunicación*. Obtenido de <https://educomunicacion.es/didactica/0031clasificacionmetodos.htm>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (22 de diciembre de 2016). *Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia*. Obtenido de <https://incp.org.co/Site/2016/info/archivos/decreto-2132-mincomercio.pdf>

Moncayo, C. (28 de diciembre de 2016). *Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia*. Obtenido de <https://www.incp.org.co/actualizacion-del-marco-tecnico-de-las-normas-de-aseguramiento-de-la-informacion/>

Raffino, M. E. (6 de diciembre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/valores-sociales/>

Real Influencers. (9 de septiembre de 2018). *Real Influencers*. Obtenido de 8 metodologías que todo profesor del siglo XXI debería conocer: <https://www.realinfluencers.es/2018/09/09/8-metodologias-profesor-siglo-xxi-deberia-conocer/>

Rodriguez, D. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Valores éticos: características y ejemplos: <https://www.lifeder.com/valores-eticos/>

Torres, A. D. (Noviembre de 2002). *Unipamplona*. Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_9/recursos/general/documentos/memorias/29072009/2002_corrientes-contemporaneas.pdf

Universia Argentina. (19 de Marzo de 2020). *Universia*. Obtenido de <https://noticias.universia.com.ar/educacion/noticia/2015/09/17/1131311/4-metodos-ensenanza-efectivos-segun-experto.html>

Desarrollo de un Aplicativo Móvil para el Aprendizaje de las Áreas Contables para los Estudiantes del Programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño – Extensión Villavicencio

Karen Julieth Reyes Londoño. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.

Correo: karen.reyes@campusvirtual.aunarvillavicencio.edu.co

Resumen

Las TIC han logrado transformar profundamente las relaciones sociales, políticas y económicas, alcanzando ampliar su portafolio de servicios, evolucionando en ámbitos laborales, comunicativos y de emprendimiento, también así, en el campo de la educación. Por otro lado, la metodología de enseñanza tradicional debe también ir acorde con la evolución de la tecnología, innovando en los conocimientos de los estudiantes por medio de páginas web, aplicaciones, entre otras, lo cual permite generar un pensamiento polifacético en combinación con libros y tecnología. Cabe mencionar, que es fundamental para el desarrollo tecnológico contar con una herramienta

Abstract

The TIC have attained to transform deeply the social relations, political and economic, reaching expand his briefcase of services, evolving in labour fields, communicative and of entrepreneurship, also like this, in the field of education. On the other hand, the methodology of traditional education has to also go in accordance with the evolution of the technology, in innovating the knowledge of the students by means of web pages, applications, among others, which allows to generate a thought multifaceted in combination with books and technology. It is fundamental for the technological development to need a didactic tool in the countable area and like this improve the

didáctica en el área contable y así mejorar el avance de conocimientos de los estudiantes de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño extensión Villavicencio. Por esta razón, la inclusión de las TIC es importante en la educación, ya que, logra generar nuevas didácticas las cuales hacen pensar mejoras pedagógicas, es decir, que el estudiante se sienta motivado en el aula de clase para realizar trabajos, investigaciones o cualquier actividad con el apoyo de diferentes materiales que le brindan diversos puntos de vista para que así él pueda generar pensamientos críticos y de esta manera cree su propia opinión.

Palabras clave

Metodología, Transformar, TIC, Polifacético, Desarrollo.

advance of knowledge of the students of Public Accounting of the Corporación Universitaria Autónoma de Nariño - Villavicencio. For this reason, the inclusion of the TIC is important in the education, because generates new didactics tools which generate pedagogical improvements, that means, that the student feels motivated in the Classroom, to works, investigations or any activity with the support of different materials that offer him diverse points of view and he can generate critical thoughts, on this way believes his own opinion.

Keywords

Methodology, Transform, ICT, Multifaceted, Development.

Introducción

El proyecto denominado desarrollo de un aplicativo móvil para el aprendizaje de las áreas contables para los estudiantes de contaduría pública de la corporación universitaria autónoma de Nariño extensión Villavicencio, logra fusionar el área de ingeniería y contaduría para la creación de un aplicativo el cual ayuda a la facultad de ciencias contables de la universidad a aumentar la eficiencia del aprendizaje.

Las TIC incluyen distintos tipos de tecnologías ya maduras (como la radio, la telefonía fija y la televisión), y otras en auge (como la informática, la transmisión de datos satelital y por fibra óptica, la telefonía celular e internet). Su utilización ha transformado profundamente las relaciones sociales, incluidos sus aspectos políticos y económicos. (Bianco, Lugones, Peirano, & Salazar, 2002).

Es importante destacar que los cambios sociales provocados por las TIC no se deben a un aumento abrupto del conocimiento, sino al desarrollo de nuevos medios de almacenamiento y distribución de contenidos que se manifiestan por el aumento de la capacidad de transmisión de datos y de la interactividad,

posibilitando la transmisión de voz e imagen de forma masiva con un alto grado de interacción.

Como lo mencionan, Bianco, et al, (2002), Durante décadas distintas instituciones de la Sociedad de la Información han propuesto sistemas y guías de evaluación para la medición en diferentes ámbitos respecto del uso y penetrabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), lo que ha permitido realizar comparaciones y agregar un valor económico y social a la economía. Además, Sánchez (2006), señala que la evaluación es importante en la medida que la información y el conocimiento se convierten en los motores del crecimiento productivo, por ello varios países han incluido en sus agendas el impulsar este modelo de sociedad como una estrategia para el desarrollo, el progreso y la prosperidad, superar las brechas sociales, económicas, educativas y generar las condiciones necesarias para promover la incorporación de TIC en diferentes ámbitos.

El aplicativo de ContaPlus se desarrolló en el motor de App Inventor 2, en el cual facilita realizar aplicaciones y juegos enfocados a los celulares en donde

tenemos una pantalla para realizar la parte visual de la aplicación y en otra página se realiza la parte de programación y función de cada parte de la aplicación o en este caso el juego. Para realizar la programación de este juego en App inventor, se realiza por medio de unión de cubos en donde se unen cuadros con órdenes específicas en lugar de escribir completamente manual como se haría en otros programas.

Las preguntas que se realizaron son al azar, desde lo más básico hasta lo más actual de la contabilidad, el aplicativo arroja 25 preguntas diferentes cada una con un puntaje, si el estudiante contesta de manera correcta el aplicativo enseña un botón verde indicando que la respuesta es afirmativa y si el estudiante contesta de manera incorrecta, el aplicativo enseña un botón rojo donde indica que su respuesta está mal, al final del juego el aplicativo le dará una puntuación felicitando al estudiante o diciéndole que puede seguir jugando para mejorar, teniendo en cuenta que la puntuación se efectuará de acuerdo con el número de preguntas que responda correctamente.

Metodología

El tipo de estudio seleccionado para la presente investigación es de carácter descriptivo, por la cual este nos permite identificar, determinar y orientar la utilización de las estrategias didácticas tecnológicas para el aprendizaje de las áreas contables en los estudiantes de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extensión Villavicencio.

El método de investigación es deductivo, este método se utilizó para el análisis de lecturas, datos e interpretaciones relacionadas con los factores que inciden en los procesos de aprendizaje de la asignatura de Contabilidad y, en base a estas informaciones se estableció y diseñó la nueva propuesta que consistió en proponer nuevas técnicas activas de enseñanza (aplicaciones móviles), para el mejoramiento de la calidad de aprendizajes de los estudiantes de contaduría pública de la corporación universitaria autónoma de Nariño.

Hipótesis Alternativa

La utilización de una herramienta - didáctica tecnología que facilita la comprensión de los estudiantes de contaduría pública de la corporación universitaria autónoma de Nariño extensión Villavicencio.

Hipótesis Nula

Los estudiantes del programa de contaduría pública son poco flexibles ante la aceptación de herramientas tecnológicas para estudio.

Población

La población con la que se desarrolló este proyecto son 562 estudiantes de la facultad de contaduría pública de la corporación universitaria autónoma de Nariño extensión Villavicencio.

Muestra

La muestra que se obtuvo para ejecutar el proyecto es la de los estudiantes de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma De Nariño,

Extensión Villavicencio, que corresponden a 124 estudiantes tanto de la jornada diurna, nocturna y sabatina. Así:

Tabla 1. Fórmula de la muestra.

DATOS	
Z	1,96
P	0,5
Q	0,5
N	147
E	0,035
1	141,1788
2	1,13925
Total (n)	124 Personas

Fuente. Elaboración propia

Como técnica de recolección de datos se usaron las encuestas a los estudiantes del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Extensión Villavicencio, la primera

encuesta, determinó un punto crítico sobre a qué género de estudiantes les interesaría, que rangos de edad se interesaban más y que marca de celular era la que más predominaba, al tener una respuesta positiva ante el interés de los estudiantes, pusimos en marcha nuestro proyecto y cuando se hizo el lanzamiento a los estudiantes de último semestre de la universidad se realizó la última encuesta de satisfacción de tuvo más del 80% positivo,

Resultados

Proyecto en curso

Según resultados de la primera encuesta aplicada a 124 estudiantes, los datos arrojados fueron los siguientes:

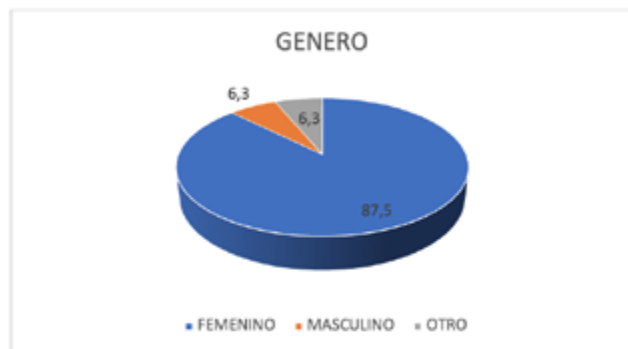
- El género que predominó fue el femenino correspondiendo a un 69% en comparación con el 31% al género masculino
- Las personas comprendidas entre los 21-25 años corresponden al 48% del total de los encuestados, en comparación a un 21%, 16% y 15% de los rangos de edades, 15-20 años, 26 a 30 años, más de 31 años, respectivamente.

- El 97% de los encuestados cuentan actualmente con dispositivo móvil en comparación con el 3% que no cuenta con dispositivo móvil.
- El 82% de los encuestados cuentan con dispositivos Android lo cual corresponde a 102 personas, por otro lado, los demás encuestados cuentan con dispositivos IOS, WINDOWS y MIUI 12 que corresponden al 18%.
- Los encuestados nos indican que la mayoría aprenden bajo modalidad tradicional correspondiente al 85% del total de las encuestas, en comparación al 8% que aprenden bajo modalidad abp (aprendizaje basado en proyectos) y el 7% bajo modalidad de gamificación (juegos y videojuegos).
- Del 100% de los encuestados predomina el 31% correspondiente a los estudiantes de cuarto semestre.
- Tomando un 66% del total de las encuestas vemos que los estudiantes si han tenido dificultad para entender con claridad los contenidos impartidos por sus docentes.
- El 88% de los encuestados están interesados en fortalecer su aprendizaje por intermedio de un aplicativo móvil.

Proyecto terminado

Se da por culminado el proyecto y se da a conocer con los estudiantes de último semestre de contaduría pública, donde después de jugar aprendiendo en el aplicativo llenan una encuesta de satisfacción donde los resultados son los siguientes:

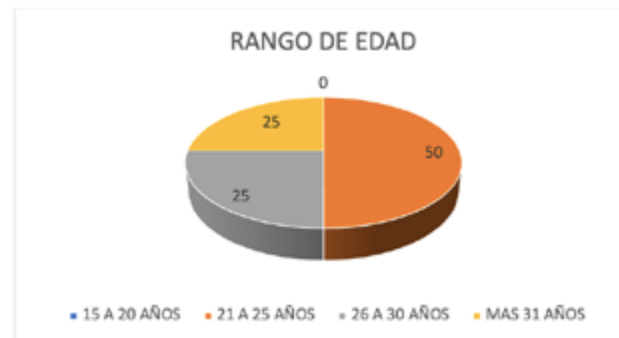
Imagen 1. Tabulación de género encuestado.



Fuente. Elaboración propia

Según las respuestas de los encuestados se puede observar que el género que prevalece es el femenino con un 87,5% de respuestas, luego el masculino con el 6,3% y otro con el 6,3%.

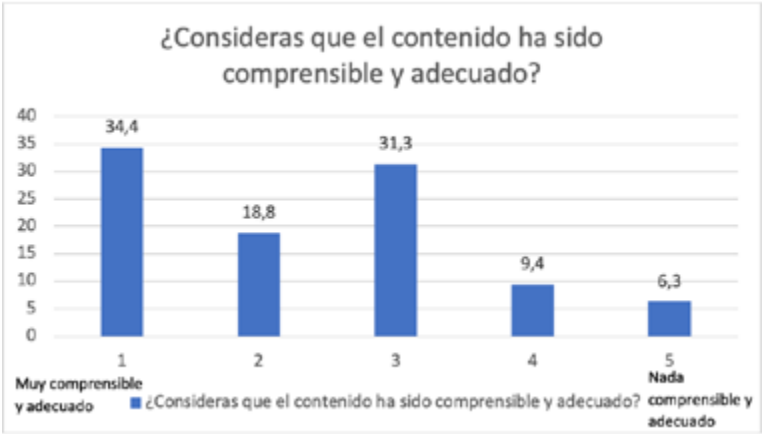
Imagen 2. Tabulación de rangos de edades encuestados.



Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a la gráfica la población que más utilizó nuestra app está en el rango de 21 a 25 años cubriendo un porcentaje del 50%, rango de edad de 26 a 30 años el 25% igualmente que los estudiantes de más de 31 años, 'por otro lado podemos observar que 0 estudiantes tienen de 15 a 20 años.

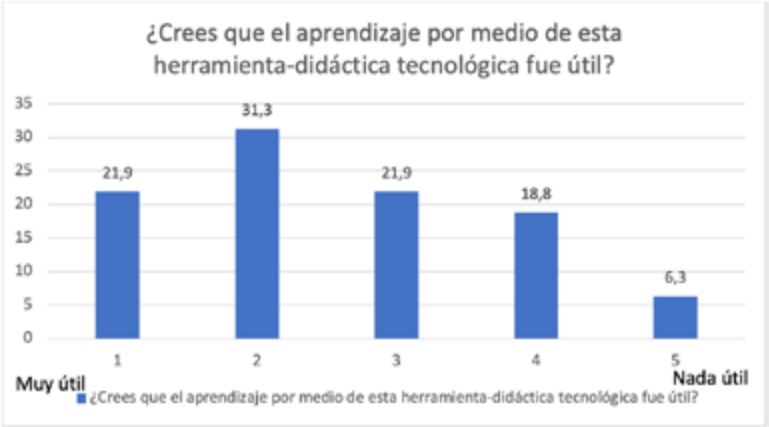
Imagen 3. Tabulación de encuesta final



Fuente. Elaboración propia.

Según los encuestados están a gusto con la app y con su contenido ya que el 34,4% nos dice que el contenido fue comprensible y adecuado y solo el 6,3% especifica que no fue comprensible ni adecuado.

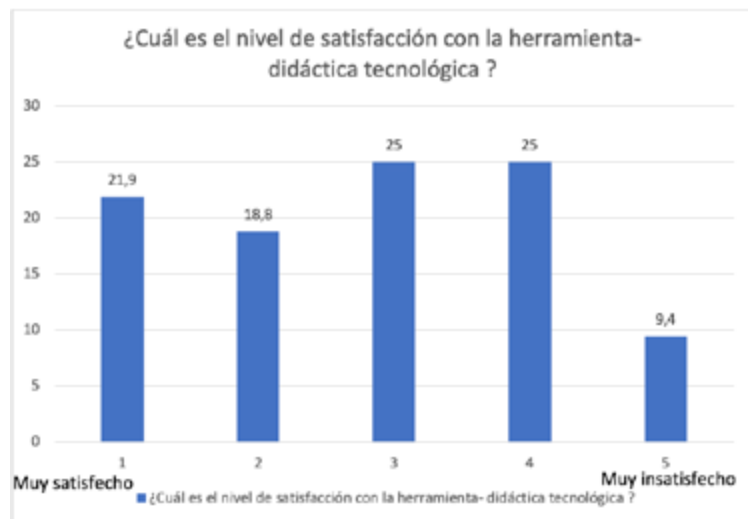
Imagen 4. Tabulación de encuesta final



Fuente. Elaboración propia.

Las variables que se observan en las gráficas indican un nivel de utilidad del 21,9% y aun teniendo un impacto positivo el rango 2 del 31,3% pero aun con algunas fallas donde el 6,3% de los estudiantes especifican que no es nada útil para ellos.

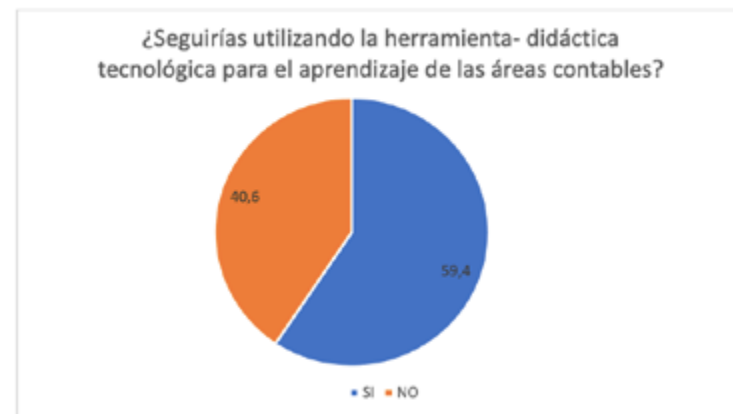
Imagen 5. Tabulación de encuesta final



Fuente propia (Londoño, 2020).

Los niveles de satisfacción al momento de utilizar la herramienta didáctica son favorables e incitan a seguir implementando la app y así facilitar el aprendizaje en otros estudiantes de contaduría pública, teniendo un nivel de satisfacción del 21,9%.

Imagen 6. Tabulación de encuesta final



Fuente. Elaboración propia.

Así como tuvimos un nivel de satisfacción alto, podemos ver que el 59,4% de los estudiantes están dispuestos a seguir utilizando nuestra app y el 40,6% no la utilizarían más.

El 40,6% especifica que no la utilizarían más porque se les complica un poco, porque los datos no son suficientes y porque sienten que algunas preguntas son confusas.

Resultados finales

Reconociendo las principales dificultades de los estudiantes se recolectan una cantidad de preguntas y respuestas que puedan dar solución al problema de cada uno, esto para que sea parte de la aplicación.

En fusión con los estudiantes de Ingeniería de Sistemas se hace el diseño de la aplicación CONTAPLUS, el cual es agradable para los estudiantes.

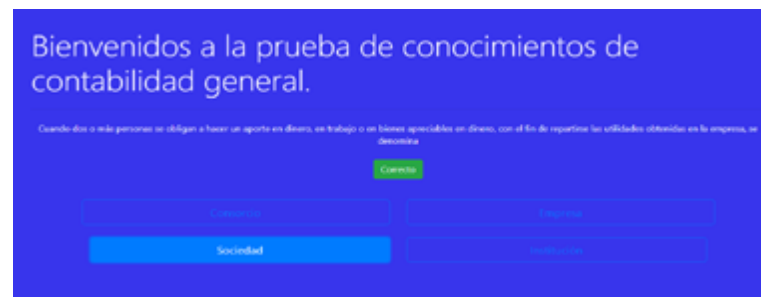
Se desarrolla la aplicación móvil para el aprendizaje de las áreas contables en estudiantes de la facultad de contaduría pública de la corporación universitaria autónoma de Nariño extensión Villavicencio, cuando se ejecuta se hace una recopilación de datos donde internamente evaluamos si los estudiantes, pueden o no, resolver sus dudas y si es de utilidad la aplicación para ellos.

El aplicativo CONTAPLUS se ejecuta de la siguiente manera:

Para acceder a este aplicativo vamos a copiar el enlace en google. <https://game-account.herokuapp.com/>

La primera vista que se tiene es una bienvenida:

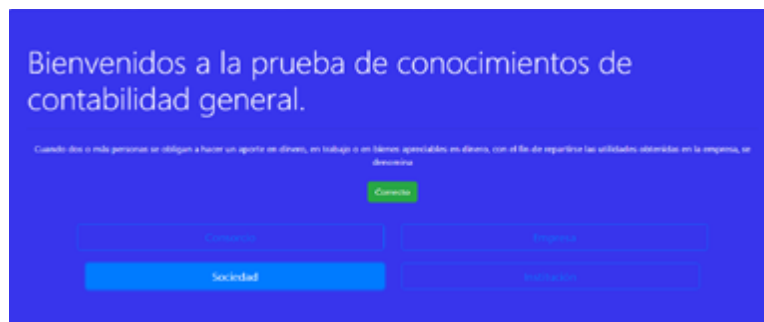
Imagen 7. Aplicativo CONTAPLUS.



Fuente. Aplicativo CONTAPLUS (2021)

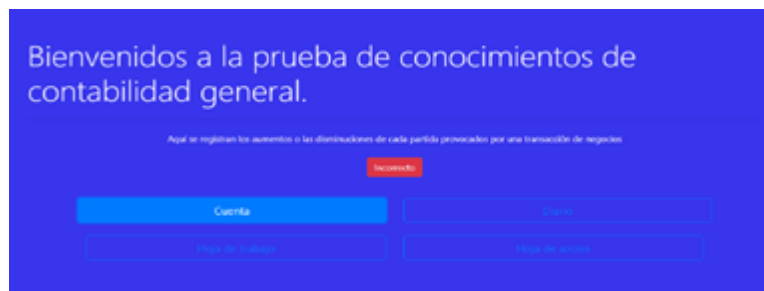
El aplicativo nos arroja una pregunta con cuatro opciones de respuesta, si acertamos nos enseña un cuadro verde diciendo "Correcto", de lo contrario el cuadro será rojo y dirá "Incorrecto" así como se enseña en las imágenes.

Imagen 8. Aplicativo CONTAPLUS respuesta correcta.



Fuente. Aplicativo CONTAPLUS (2021).

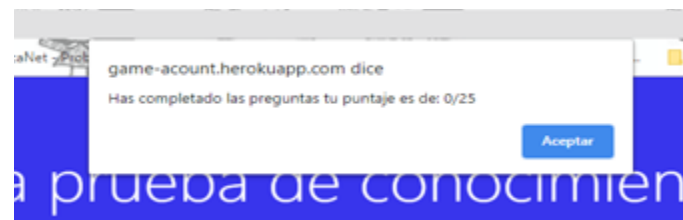
Imagen 9. Aplicativo CONTAPLUS respuesta incorrecta.



Fuente. Aplicativo CONTAPLUS (2021).

Después de contestar 25 preguntas al azar, el juego dará una puntuación de acuerdo a lo que se contestó de manera correcta.

Imagen 10. Aplicativo CONTAPLUS resultado.



Fuente. Aplicativo CONTAPLUS (2021).
Fuente propia (Londoño, 2020).

Conclusiones

El trabajo investigativo tuvo una aceptación del 60% en lo estudiantes de contaduría pública de la universidad autónoma de Nariño extensión Villavicencio.

Los estudiantes de contaduría pública consideran que el contenido de la app ha sido útil y comprensible.

El 90% de los estudiantes dicen que es un gran aprovechamiento de la tecnología y más en estos tiempos de pandemia.

Referencias

Bianco, Lugones y Peirano. (2003). Propuesta metodológica para la medición de la Sociedad del. *Revista CTS, n° 1 vol. 1*, 109-133. Obtenido de <http://www.revistacts.net/files/Volumen%201%20-%20N%C3%BAmero%201/art04.pdf>

Bianco, Lugones, Peirano y Salazar. (2002). *INDICADORES DE LA SOCIEDAD DEL*. Colombia. Obtenido de: http://repositorio.colciencias.gov.co:8080/bitstream/handle/11146/158/1061-BIANCO_2002_INDICADORES_DE_.PDF?sequence=1&isAllowed=y

GÓMEZ & MONGE. (26 de octubre de 2013). POTENCIALIDADES DEL TELÉFONO MÓVIL COMO RECURSO INNOVADOR EN. *REVISTA CIENTIFICA DE OPINIÓN Y DIVULGACIÓN*, 1-3. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/dim/dim_a2013m10n26/dim_a2013n26m10a4.pdf

Drozdenko, Tesch & Coelho. (3 de febrero de 2012). Estilos de aprendizaje y distracciones en el aula: una comparación de estudiantes de pregrado y posgrado. *Procedimientos de ASBBS*, 19(1), 9-15. Recuperado el 28 de 08 de 2020, de <http://asbbs.org/files/ASBBS2012V1/PDF/D/DrozdenkoR.pdf>

E-ABCLEARNING. *¿Qué es una plataforma de e-Learning?* Recuperado el 02 de 09 de 2020, de <https://www.e-abclearning.com/quees-unaplataformadeelearning/>

GÓMEZ & MONGE. (26 de octubre de 2013). POTENCIALIDADES DEL TELÉFONO MÓVIL COMO RECURSO INNOVADOR EN. *REVISTA CIENTIFICA DE OPINIÓN Y DIVULGACIÓN*, 1-3. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/dim/dim_a2013m10n26/dim_a2013n26m10a4.pdf

Análisis de los cambios que afectaron económicamente a los Tenderos del Barrio El Limón en los tiempos de la Pandemia

Wilber Fredy Cuestas Bedoya. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: wilber.cuestas@uniminuto.edu.co

Diego Armando Bravo Mora. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: diego.bravo@uniminuto.edu.co

Resumen

La crisis comercial en el barrio el Limón de la comuna 7 a razón del COVID-19 ha causado una dificultad sin precedentes en las tiendas. El presente proyecto pretende ayudar a los minoristas a comprender los cambios estructurales y culturales del mercado, adoptar nuevas formas de trabajo para integrar nuevas demandas de los consumidores y de la competencia, y reabrir competitivamente sus tiendas.

Palabras clave

Tiendas, COVID-19, barrio, finanzas, microempresarios

Abstract

The commercial crisis in the El Limón neighborhood of commune 7 due to COVID-19 has caused an unprecedented difficulty in stores. This project aims to help retailers understand the structural and cultural changes in the market, adopt new ways of working to integrate new demands of consumers and competition, and reopen their stores competitively.

Keywords

Stores, COVID-19, neighborhood, finance, micro-entrepreneurs

Introducción

Descripción de la problemática

Alrededor del 65% de los alimentos que adquieren los colombianos se obtienen de comprar en las tiendas de barrio. Las más de 500.000 que se hallan en todo el territorio nacional colombiano confirman la importancia y el avanzado crecimiento que adelanta el formato de tienda en Colombia. Distingamos cómo la tienda de barrio cambia de ser más que un simple comercio pasa a ser un lugar agradable y cercano para los colombianos.

Justificación

La investigación se direcciona a la búsqueda de información que encamina a la afectación económico-contable de las operaciones básicas de las tiendas que están ubicadas en el barrio el Limón de la comuna 7 de Ibagué, incluyendo la comercialización, inventario, diseño y operaciones de mercancía durante la pandemia del COVID-19.

Marcos de referencia

La economía en las tiendas de barrio es una modalidad particular del movimiento de mercancía teniendo en cuenta la necesidad económica. Primeramente, muestra a las tiendas de barrio como una actividad que solo se genera en los sectores populares y su localización se establece mayormente en el casco urbano, precisando su dinamismo en la distribución de bienes en los distintos estratos sociales.

Metodología

Enfoque De Investigación Cualitativo

El presente trabajo se direcciona en un método investigativo de carácter cualitativo, se recolectarán datos descriptivos como palabras y conductas de los tenderos que directamente son los actores en la investigación, este tipo de investigación se denomina “el estudio fenomenológico de la vida social” (Taylor & Bogdan, 2011, p.19).

Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Los recursos que se utilizarán en la investigación para lograr acceder a los hechos y acontecimientos del barrio el limón de la comuna 7 de Ibagué son los materiales que guardarán la información del registro de las observaciones y hechos como el diario, los mapas, la cámara fotográfica, la grabadora, la filmadora, el software de apoyo, elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación.

Muestreo Probabilístico

Se adelantará en el campo de investigación un tipo de muestreo aleatorio simple con los tenderos que existen en el barrio el Limón, siendo una cantidad finita, todos tendrán la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. El procedimiento a realizar consiste en realizar un sorteo aleatorio con papeles o bolas numeradas y sacar uno a uno tanto como lo indique el tamaño de la muestra o también utilizar la tabla de números aleatoria en vista que la cantidad es finita.

Tabla 1. Título de la Tabla

% Error	Nivel de Confianza	Valor de Z calculado en tablas	Concepto
1	99 %	2.58	Altamente significativo
5	95 %	1.96	Significativo
10	90 %	1.645	Poco significativo

Fuente: Elaboración propia

Resultados

Se realizó el día 10 de marzo del 2021 de 6:00 pm a 09:00 pm donde se inició con el reconocimiento del lugar donde se encuentran ubicados los negocios, el entorno y las competencias cercanas, al ingresar a varios de los establecimientos se puede observar el orden en que se encuentran, la gran variedad de productos y que varios de los negocios están en el mismo entorno del hogar, se conocen a las personas que intervienen directamente en el negocio como administradores, se inició con la charla a los empresarios y se relaciona el método empleado que fue una encuesta para diseñar tanto el diagnóstico como el plan de acción, al finalizar las encuestas se determinaron aspectos que generan falencias y que sean necesarios para tener un control de sus ingresos y egresos.

Conclusiones

El proceso de investigación ha llevado hasta el momento a tener un impacto en los cambios a realizarse y la ejecución de herramientas tecnológicas que permitirán un mayor control y crecimientos de los negocio, se verá reflejado no solo con los miembros de la familia sino también con los clientes que quedarán admirados de los cambios físicos, de control y mejoramiento del servicio prestado, aprendiendo a conocer conceptos básicos contables, económicos y financiero que permitirán que los negocios prosperen, rentablemente con proyección de crecimiento continuo.

Referencias

Díaz Sanjuán, L. (2010). *La observación*. Obtenido de http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Ruiz, M. (2011). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Obtenido de Enciclopedia Virtual EUMED: http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html.

Universidad de Jaén (01 de abril de 2021). *Metodología cualitativa*. http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuali.html

Creación de una Herramienta para la Organización de la Información Contable de la Fábrica de Calzado Ronny de Villavicencio.

Daniela Melissa Ramírez Rodríguez. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.

Correo: daniela.ramirez@campusvirtual.aunarvillavicencio.edu.co

Silvia Andrea Rodríguez. Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.

Correo: silvia.rodriguez@campusvirtual.aunarvillavicencio.edu.co

Resumen

La fábrica de calzado RONNY al igual que varias microempresas de la región de los llanos orientales, no cuenta con un debido control de sus costos de producción e inventario de productos terminados. Con el propósito de darle solución a esta necesidad se crean las herramientas de control de costos y control de inventarios utilizando la herramienta de Microsoft Excel, ya que permite realizar tareas contables y financieras por medio de sus hojas de cálculo.

La fábrica de calzado RONNY al implementar estas herramientas contará con información real y suficiente acerca de los costos en que incurre tener su

Abstract

The RONNY shoe factory, like many micro-companies, does not have proper control of its production costs and inventory of finished products.

In order to provide a solution to this need, the Cost Control and Inventory Control tools are created using the Microsoft Excel tool, since it allows accounting and financial tasks to be carried out through its spreadsheets.

By implementing these tools, the RONNY footwear factory will have real and sufficient information about the costs incurred in having its finished product, it will be able to count on bases for setting sales prices,

producto terminado, podrá contar con bases para fijar precios de venta, políticas de comercialización y facilitará la toma de decisiones; conocer su inventario de manera fácil y rápida, podrá disminuir el riesgo de posibles pérdidas y represamiento de calzado, y contará con lo necesario para ser más competitiva en el mercado.

Palabras clave

Inventario, costos, contabilidad, microempresa, competitividad.

marketing policies and will facilitate decision-making; Knowing your inventory easily and quickly will reduce the risk of possible losses and footwear damming, and you will have what it takes to be more competitive in the market.

Keywords

Inventory, costs, accounting, micro-business, competitiveness

Introducción

Es fundamental que las pequeñas empresas utilicen una herramienta que les ayude a llevar el control de los recursos y actividades que realizan, esto con el propósito de obtener información del estado actual de la empresa, para así mismo, tomar decisiones sobre el rumbo que llevarán sus operaciones, así como el diseño e implementación de estrategias de mercado.

Por tanto, se toma la iniciativa de crear una herramienta capaz de suplir las necesidades básicas que tienen todas las empresas en cuanto al control de costos de producción y mejorar la gestión de inventario, ajustándose a las exigencias de la fábrica de Calzado RONNY en la ciudad de Villavicencio – Meta.

Esta herramienta le permite al dueño conocer y hacer ajustes sobre los costos de producción, establecer un margen de utilidad, conocer el total de calzados con los que cuenta por referencia y tener un resumen de ventas mensuales. Así mismo, podrá identificar con antelación posibles riesgos y tomar acciones preventivas para evitar su materialización.

Un grupo que predomina gran parte de la economía global, este grupo económico se apela con el nombre

de las Pymes (pequeñas y medianas empresas) que en conjunto forman gran parte de la estructura del mercado laboral principalmente en los países en desarrollo. (Parra, 2013).

Se tiene como supuestos tres fases determinantes: el sistema de información, el control y el contexto de las Pymes. En este contexto trabajan de manera conjunta, pero el análisis de cada una es independiente, esta teoría es sugestiva puesto que relaciona la psicología, matemáticas, economía, entre otras áreas del saber. El conjunto de aportaciones multidisciplinarias tiene como objetivo el estudio de las características que definen los sistemas (Figuerola, 2018).

La contabilidad es el sistema de información cuantitativo primordial de las organizaciones para el manejo de los informes internos como es la planificación, control y evaluación. Igualmente es esencial para informes externos en los que se encuentran los estados financieros para inversionistas, autoridades u otros interesados (Ripoll & Urquidi, 2010).

Según la perspectiva de Kaplan (1990), señala que un solo sistema de información no brinda los elementos

adecuados para satisfacer las necesidades de las empresas debido a que los objetivos de la contabilidad financiera difieren de la contabilidad de gestión, por lo que los primeros tienden a dominar el sistema de información y los datos obtenidos no sirven para planificar, controlar y evaluar nuestra actividad.

Martelo (2008) hace mención de los argumentos trazados de Kotter en referencia a que las empresas constantemente están en la necesidad de buscar un modelo de negocio estratégico en conjunto con los sistemas de información que logren generar valor y de tal manera impulsar al crecimiento de las empresas.

En el trabajo desarrollado por Pico & Núñez (2018) expusieron la necesidad de implementar softwares contables a las empresas de turismo de Ecuador. Su objetivo se centraba en demostrar la importancia de insertar un instrumento para el manejo de costos, gastos, inventarios y registros contables que permitan una administración y toma de decisiones acertada.

Metodología

Tipo de investigación:

El tipo de investigación aplicado a este trabajo es mixto, ya que contempla datos cualitativos y cuantitativos, la técnica de recolección de datos fue por medio de entrevistas y llamadas telefónicas dirigidas al dueño de la empresa, donde se pudo contextualizar los procesos de producción, sus respectivos costos y cómo maneja su inventario. La información obtenida fue plasmada en un documento de apoyo, la herramienta creada para satisfacer las necesidades de la fábrica de Calzado RONNY, maneja información contable como su inventario y sus costos de producción.

Hipótesis

Con el tiempo se ha evidenciado que las empresas pequeñas que no tienen herramientas de control de costos e inventarios son poco competitivas en el mercado, ya que no cuentan con el mismo nivel que una pyme, por esto es que es necesario que las empresas busquen una reorganización en la parte contable.

La fábrica de calzado Ronny al implementar esta herramienta tendrá una mejor gestión de sus inventarios y control de costos permitiéndoles contar con información real y suficiente facilitando la toma de decisiones con el propósito de ser más competitivo en el mercado.

Población y muestra

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) da a conocer la cantidad de micronegocios en la ciudad de Villavicencio - Meta a través de un informe emitido el 28 de mayo de 2020, el cual nos proporciona una población de 62.383 micronegocios - microempresas.

Se entiende por microempresa aquellas pertenecientes al grupo 3 según la clasificación de las NIIF. Son las más pequeñas de las empresas, generalmente surgen de emprendimientos y son negocios familiares o de un solo dueño y con poco personal, pueden realizar actividades productivas, de servicios o de comercio. (Cuidatufuturo, s.f.)

Tomando como muestra la fábrica de calzado RONY ubicada en la ciudad de Villavicencio - Meta en el barrio San Benito.

La investigación se realizó específicamente en el área de producción con el propósito de crear una herramienta para el control de sus costos y gestión de inventario que se ajusta a las necesidades de esta pequeña empresa.

Técnicas de recolección de información

El instrumento por medio del cual se obtuvo datos fue a través de entrevistas, llamadas telefónicas tomando nota y registros en documentos de apoyo, con el propósito de adquirir la información necesaria y conocer la situación actual en la que se encontraba la empresa y en base a esos datos llegar a la elaboración de la herramienta contable.

Resultados

Objetivo 1: Determinar los costos de producción de la Fábrica de calzado Ronny del municipio de Villavicencio - Meta.

A continuación, se presentan los resultados de la investigación referente a los costos de producción y manejo de inventario de la fábrica de calzado RON-NY de Villavicencio, Meta.

Costeo de producción

Materia Prima

En la siguiente tabla se establece la compra mensual con su debido costo (cantidad y costo global) de materia prima, también se discrimina la cantidad y costo invertido en un par de zapatos (cantidad y costo unitario).

Tabla 2. Materia prima global por 80 pares de zapatos.

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GLOBAL	COSTO GLOBAL	CANTIDAD POR PAR	COSTO POR PAR
CUERO	252m ²	\$2.160.000	30 dm ²	\$27.000
FORRO	10m	\$60.000	30 dm ²	\$750
PLANTILLA	10m ²	\$27.000	3 dm ²	\$338
HILO DE BORDAR	1 c 100mt	\$80.000	2,50 mt	\$1.000
HILO DE MARCA	1 c 100mt	\$ 55.000	1,95 mt	\$688
SUELA	100 pares	\$550.000	1 par	\$6.875
MAXON	5 g	\$255.000	1/8 lt	\$3.188
TACHUELAS	500 Und	\$63.000	6 Und	\$788
ODENA	20 lam	\$110.000	3 dm ²	\$1.375
TOTAL		\$3.360.000		\$42.000

Fuente. Elaboración propia.

A continuación, se establece el costo de materia prima directa empleada en un par de zapatos y en los 80 pares producidos en un mes.

Tabla 3. Materia prima por un par de zapatos.

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PAIRES PARA PRODUCIR	COSTO TOTAL
CUERO	30 dm ²	\$27.000	80	\$2.160.000
FORRO	30 dm ²	\$750	80	\$60.000
PLANTILLA	3 dm ²	\$338	80	\$27.000
HILO DE BORDAR	2,50 mt	\$1.000	80	\$80.000
HILO DE MARCA	1,95 mt	\$688	80	\$55.000
SUELA	1 par	\$6.875	80	\$550.000
MAXON	1/4 lt	\$3.188	80	\$255.000
TACHUELAS	6 Und	\$788	80	\$63.000
ODENA	3 dm ²	\$1.375	80	\$110.000
TOTAL		\$42.000		\$3.360.000

Fuente. Elaboración propia.

Se debe tener en cuenta que donde se indica la cantidad unitaria se hace referencia a un par de zapatos.

Mano de obra

En cuanto a mano de obra los costos incurridos son los siguientes:

Tabla 4. Mano de obra por un par de zapatos.

CORTADOR	1	1 Par	\$1.500	80	\$120.000
DESPUNTAR	1	1 Par	\$4.000	80	\$320.000
PULIDOR	1	1 Par	\$5.000	80	\$400.000
PEGADOR	1	1 Par	\$5.000	80	\$400.000
ACABADOR	1	1 Par	\$5.000	80	\$400.000
TOTAL			\$20.500		\$1.640.000

Fuente. Elaboración propia.

Costos indirectos de fabricación (CIF)

Por último, los costos indirectos a la fabricación de los 80 pares de zapatos tienen un costo mensual clasificado así:

Tabla 5. Costos indirectos de fabricación por un par de zapatos.

CIF	COSTO MENSUAL	N° PARES PRODUCIDOS	N° PARES COMPRADOS	TOTAL, N° DE ZAPATOS	COSTO POR PAR
SERVICIO DE LUZ	\$190.000	80	0	80	\$2.375
ARRIENDO	\$350.000	80	0	80	\$4.375
SUELDO ADMINIST	\$1.000.000	80	0	80	\$12.500
SERVICIO DE AGUA	\$140.000	80	N/A	80	\$1.750
SERVICIO DE GAS	\$60.000	80	N/A	80	\$750
TOTAL					\$21.750

Fuente. Elaboración propia.

Ahora se suma todo el costo en los que se incurre para la producción de un (1) par y de los ochenta (80) mensuales

Tabla 6. Costo total por un par de zapatos.

COSTO	1 PAR	80 PARES
MATERIA PRIMA	\$ 42.000	\$3.360.000
MANO DE OBRA	\$ 20.500	\$1.640.000
CIF	\$ 21.750	\$1.740.000
TOTAL	\$ 84.250	\$6.740.000

Fuente. Elaboración propia.

Finalmente se establece que el costo de producción de un par de zapatos es de \$84.250; al cual le suman el 6,4% que desean obtener de ganancia, estableciendo así su precio en \$90.000.

NOTA. El precio de venta del zapato es alto debido a que a la fecha aún no se sabe la cantidad de zapatos que compra para la venta y así realizar la proporción de los CIF, en la que incurren zapatos producidos y comprados.

Objetivo 2: Establecer el estado actual de los inventarios de la empresa.

Inventario de productos terminados

La fábrica de calzado Ronny en el mes de junio contaba con un total de 1318 pares de zapatos, 1053 zapatos producidos y un total de 265 zapatos comprados para comercializar, los cuales se distribuían de la siguiente manera:

Tabla 7. Calzado producido por la Fábrica.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	TALLA	SALDO INICIAL
RM001	Zapato Clásico color azul	37	12
RM001	Zapato Clásico color azul	38	12
RM001	Zapato Clásico color azul	39	10
RM001	Zapato Clásico color azul	40	10
RM001	Zapato Clásico color azul	41	8
RM002	Zapato Clásico color Miel	37	12
RM002	Zapato Clásico color Miel	38	12
RM002	Zapato Clásico color Miel	39	10
RM002	Zapato Clásico color Miel	40	6
RM002	Zapato Clásico color Miel	41	8
RM003	Zapato Clásico color Amarillo oro	37	9
RM003	Zapato Clásico color Amarillo oro	38	9
RM003	Zapato Clásico color Amarillo oro	39	8

RM003	Zapato Clásico color Amarillo oro	40	6
RM003	Zapato Clásico color Amarillo oro	41	6
RM004	Zapato Clásico color Beige	37	8
RM004	Zapato Clásico color Beige	38	8
RM004	Zapato Clásico color Beige	39	12
RM004	Zapato Clásico color Beige	40	6
RM004	Zapato Clásico color Beige	41	4
RM005	Zapato Clásico color Negro	37	14
RM005	Zapato Clásico color Negro	38	14
RM005	Zapato Clásico color Negro	39	12
RM005	Zapato Clásico color Negro	40	10
RM005	Zapato Clásico color Negro	41	8
RM006	Zapato Clásico color Café	37	12
RM006	Zapato Clásico color Café	38	10
RM006	Zapato Clásico color Café	39	10
RM006	Zapato Clásico color Café	40	10
RM006	Zapato Clásico color Café	41	8
RM007	Zapato Clásico color Blanco	37	10
RM007	Zapato Clásico color Blanco	38	8
RM007	Zapato Clásico color Blanco	39	12
RM007	Zapato Clásico color Blanco	40	6
RM007	Zapato Clásico color Blanco	41	4
RM008	Botín Clásico color Azul	37	12
RM008	Botín Clásico color Azul	38	10

RM008	Botín Clásico color Azul	39	10
RM008	Botín Clásico color Azul	40	8
RM008	Botín Clásico color Azul	41	6
RM009	Botín Clásico color Miel	37	8
RM009	Botín Clásico color Miel	38	8
RM009	Botín Clásico color Miel	39	6
RM009	Botín Clásico color Miel	40	6
RM009	Botín Clásico color Miel	41	4
RM10	Botín Clásico color Amarillo oro	37	8
RM10	Botín Clásico color Amarillo oro	38	12
RM10	Botín Clásico color Amarillo oro	39	6
RM10	Botín Clásico color Amarillo oro	40	4
RM10	Botín Clásico color Amarillo oro	41	4
RM11	Botín Clásico color Beige	37	6
RM11	Botín Clásico color Beige	38	12
RM11	Botín Clásico color Beige	39	6
RM11	Botín Clásico color Beige	40	3
RM11	Botín Clásico color Beige	41	3
RM12	Botín Clásico color Negro	37	10
RM12	Botín Clásico color Negro	38	10
RM12	Botín Clásico color Negro	39	8
RM12	Botín Clásico color Negro	40	5
RM12	Botín Clásico color Negro	41	5
RM13	Botín Clásico color Rojo	37	6

RM13	Botín Clásico color Rojo	38	10
RM13	Botín Clásico color Rojo	39	3
RM13	Botín Clásico color Rojo	40	3
RM13	Botín Clásico color Rojo	41	3
RM14	Botín Clásico color Café	37	10
RM14	Botín Clásico color Café	38	10
RM14	Botín Clásico color Café	39	8
RM14	Botín Clásico color Café	40	6
RM14	Botín Clásico color Café	41	6
RM15	Botín Clásico color Blanco	37	6
RM15	Botín Clásico color Blanco	38	6
RM15	Botín Clásico color Blanco	39	8
RM15	Botín Clásico color Blanco	40	3
RM15	Botín Clásico color Blanco	41	3
TUBULAR 01	Mocasín color Amarillo oro	37	10
TUBULAR 01	Mocasín color Amarillo oro	38	10
TUBULAR 01	Mocasín color Amarillo oro	39	8
TUBULAR 01	Mocasín color Amarillo oro	40	6
TUBULAR 01	Mocasín color Amarillo oro	41	4
TUBULAR 02	Mocasín Color Azul	37	10
TUBULAR 02	Mocasín Color Azul	38	10
TUBULAR 02	Mocasín Color Azul	39	10
TUBULAR 02	Mocasín Color Azul	40	6
TUBULAR 02	Mocasín Color Azul	41	6

TUBULAR 03	Mocasín Color Negro	37	12
TUBULAR 03	Mocasín Color Negro	38	10
TUBULAR 03	Mocasín Color Negro	39	10
TUBULAR 03	Mocasín Color Negro	40	8
TUBULAR 03	Mocasín Color Negro	41	8
TUBULAR 04	Mocasín color Café	37	10
TUBULAR 04	Mocasín color Café	38	10
TUBULAR 04	Mocasín color Café	39	10
TUBULAR 04	Mocasín color Café	40	8
TUBULAR 04	Mocasín color Café	41	6
TUBULAR 05	Mocasín color Blanco	37	6
TUBULAR 05	Mocasín color Blanco	38	6
TUBULAR 05	Mocasín color Blanco	39	6
TUBULAR 05	Mocasín color Blanco	40	6
TUBULAR 05	Mocasín color Blanco	41	9
BT01	Imitación Bota Brahma	37	10
BT01	Imitación Bota Brahma	38	10
BT01	Imitación Bota Brahma	39	8
BT01	Imitación Bota Brahma	40	6
BT01	Imitación Bota Brahma	41	6
BT02	Imitación Bota Caterpillar	37	10
BT02	Imitación Bota Caterpillar	38	8
BT02	Imitación Bota Caterpillar	39	8
BT02	Imitación Bota Caterpillar	40	6

BT02	Imitación Bota Caterpillar	41	4
BT03	Imitación Bota Westland	37	12
BT03	Imitación Bota Westland	38	8
BT03	Imitación Bota Westland	39	6
BT03	Imitación Bota Westland	40	4
BT03	Imitación Bota Westland	41	7
S01	Sandalia de Cuero color Café	37	10
S01	Sandalia de Cuero color Café	38	10
S01	Sandalia de Cuero color Café	39	8
S01	Sandalia de Cuero color Café	40	8
S01	Sandalia de Cuero color Café	41	6
S02	Sandalia de Cuero color Negro	37	10
S02	Sandalia de Cuero color Negro	38	10
S02	Sandalia de Cuero color Negro	39	8
S02	Sandalia de Cuero color Negro	40	5
S02	Sandalia de Cuero color Negro	41	10
S03	Sandalia de Cuero color Vino tinto	37	6
S03	Sandalia de Cuero color Vino tinto	38	6
S03	Sandalia de Cuero color Vino tinto	39	8
S03	Sandalia de Cuero color Vino tinto	40	4
S03	Sandalia de Cuero color Vino tinto	41	3
S04	Sandalia de Cuero color Amarillo oro	37	8
S04	Sandalia de Cuero color Amarillo oro	38	6
S04	Sandalia de Cuero color Amarillo oro	39	6

S04	Sandalia de Cuero color Amarillo oro	40	4
S04	Sandalia de Cuero color Amarillo oro	41	4

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 8. Calzado comprado por la fábrica para comercializar.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	TALLA	SALDO INICIAL
ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	37	8
ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	38	6
ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	39	4
ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	40	3
ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	41	3
ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	37	8
ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	38	8
ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	39	5
ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	40	2
ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	41	1
ADIDAS 03	Zapatilla Sport Rojo	37	3
ADIDAS 03	Zapatilla Sport Rojo	38	6
ADIDAS 03	Zapatilla Sport Rojo	39	3
ADIDAS 03	Zapatilla Sport Rojo	40	3
ADIDAS 03	Zapatilla Sport Rojo	41	6
PUMA 01	Zapatilla Sport Negro	37	6

PUMA 01	Zapatilla Sport Negro	38	4
PUMA 01	Zapatilla Sport Negro	39	3
PUMA 02	Zapatilla Sport Azul	37	3
PUMA 02	Zapatilla Sport Azul	38	3
PUMA 02	Zapatilla Sport Azul	39	4
PUMA 03	Zapatilla Sport Blanca	37	4
PUMA 03	Zapatilla Sport Blanca	38	6
PUMA 03	Zapatilla Sport Blanca	39	3
LIESMLINES 01	Zapatilla Sport Negro	37	8
LIESMLINES 01	Zapatilla Sport Negro	38	5
LIESMLINES 01	Zapatilla Sport Negro	39	4
LIESMLINES 02	Zapatilla Sport Azul	37	2
LIESMLINES 02	Zapatilla Sport Azul	38	3
LIESMLINES 02	Zapatilla Sport Azul	39	3
LIESMLINES 03	Zapatilla Sport Rojo	37	4
LIESMLINES 03	Zapatilla Sport Rojo	38	4
LIESMLINES 03	Zapatilla Sport Rojo	39	4
NIKE 01	Zapatilla Sport Blanco	37	6
NIKE 01	Zapatilla Sport Blanco	38	6
NIKE 01	Zapatilla Sport Blanco	39	3
NIKE 01	Zapatilla Sport Blanco	40	3
NIKE 02	Zapatilla Sport Negro	37	8
NIKE 02	Zapatilla Sport Negro	38	6
NIKE 02	Zapatilla Sport Negro	39	4

NIKE 02	Zapatilla Sport Negro	40	4
NIKE 03	Zapatilla Sport Rojo	37	3
NIKE 03	Zapatilla Sport Rojo	38	3
NIKE 03	Zapatilla Sport Rojo	39	3
NIKE 03	Zapatilla Sport Rojo	40	3
DESSEL 01	Zapatilla Sport Negro y Gris	37	4
DESSEL 01	Zapatilla Sport Negro y Gris	38	6
DESSEL 01	Zapatilla Sport Negro y Gris	39	3
DESSEL 02	Zapatilla Sport Blanco y Gris	37	3
DESSEL 02	Zapatilla Sport Blanco y Gris	38	4
DESSEL 02	Zapatilla Sport Blanco y Gris	39	3
DESSEL 03	Zapatilla Sport Negro	37	3
DESSEL 03	Zapatilla Sport Negro	38	3
DESSEL 03	Zapatilla Sport Negro	39	3
TOMMY 01	Sandalia Café y Amarillo oro	37	3
TOMMY 01	Sandalia Café y Amarillo oro	38	3
TOMMY 01	Sandalia Café y Amarillo oro	39	3
TOMMY 02	Sandalia Blanca y Azul	37	6
TOMMY 02	Sandalia Blanca y Azul	38	3
TOMMY 02	Sandalia Blanca y Azul	39	3
TOMMY 03	Sandalia Blanca y Negro	37	2
TOMMY 03	Sandalia Blanca y Negro	38	4
TOMMY 03	Sandalia Blanca y Negro	39	3
TOMMY 04	Sandalia Gris y Verde	37	3

TOMMY 04	Sandalia Gris y Verde	38	3
TOMMY 04	Sandalia Gris y Verde	39	3

Fuente. Elaboración propia.

La fábrica de calzado Ronny en el mes de diciembre contaba con un total de 1352 pares de zapatos, 864 zapatos producidos y un total de 473 pares de zapatos para comercializar, distribuidos de la siguiente manera:

El dueño de la empresa no conocía la totalidad de calzados por referencia en stock, fabricando calzados del cual aún tenía referencias suficientes para poner a la venta. Esto provocaba un represamiento moderado en su estado de inventario.

Objetivo 3: Diseñar una herramienta en Excel para llevar un adecuado control de los costos e inventarios de la Fábrica de calzado Ronny.

Diseño de herramienta en Excel

Con el fin de llevar un debido control de los costos e inventarios para una mejor organización de la Fábrica

de calzado RONNY, se ha propuesto la herramienta de Microsoft Excel, ya que se trata de un software que “permite realizar tareas contables y financieras gracias a sus funciones, desarrolladas específicamente para ayudar a crear y trabajar con hojas de cálculo” (Ana & Pérez Porto, 2009).

Se ha creado un libro de Excel para llevar el inventario y control de stock de calzado RONNY. En este inventario se utiliza 3 hojas: Inventario de Calzado, Compras y Ventas; incluyéndose en el inventario de calzado los zapatos que produce y compra la fábrica; se anexo un resumen mensual y anual de ventas, compras, utilidad y gastos. Además, se elabora en otro libro de Excel el control de costos de calzado de la empresa. En este se tiene en cuenta el número de zapatos producidos y comprados, así mismo los costos que incurren en el proceso de elaboración de calzado (Materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación) y los costos de los zapatos comprados (costos de venta), de tal manera determinar los costos atribuibles para cada par de zapatos sea producido o comprado.

Adjunto a este documento se encuentran las herramientas en Excel creadas para la gestión de Control de inventarios y Control de costos.

Inventario

Se utilizó Excel para crear una herramienta que ayude a llevar un verdadero control de inventario para la Fábrica de calzados RONNY, donde se encontrarán 7 hojas: inventario, entradas, salidas, resumen entradas, resumen salidas, gastos y resumen anual. Su función principal es proporcionarle información al dueño de la fábrica sobre el número de zapatos con los que cuenta, es decir, la cantidad de zapatos disponibles en el almacén.

También se encuentran los botones Entradas y Salidas, los cuales nos llevará a la hoja correspondiente de cada uno.

Ilustración 1. Inventario.

Inventario de Calzado

ENTRADAS

SALIDAS

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	TALLA	SALDO INICIAL	COMPRA TOTAL	VENTA TOTAL	STOCK	COSTO UNIT. INICIAL	IMPORTE INVENTARIO
RMD001	Zapato Clásico color azul	37	12	0	2	10	\$ 79.131	\$ 792.310
RMD001	Zapato Clásico color azul	38	12	0	10	10	\$ 79.131	\$ 792.310
RMD001	Zapato Clásico color azul	39	10	2	7	7	\$ 79.131	\$ 553.917
RMD001	Zapato Clásico color azul	40	8	0	4	12	\$ 79.131	\$ 949.572
RMD001	Zapato Clásico color azul	41	0	0	2	14	\$ 79.131	\$ 1.107.834
RMD002	Zapato Clásico color Níquel	37	12	7	12	0	\$ 79.131	\$ 711.714
RMD002	Zapato Clásico color Níquel	38	12	18	22	0	\$ 79.131	\$ 792.310
RMD002	Zapato Clásico color Níquel	39	10	0	0	0	\$ 79.131	\$ 792.310
RMD002	Zapato Clásico color Níquel	40	6	2	10	1	\$ 79.131	\$ 79.131
RMD002	Zapato Clásico color Níquel	41	0	0	0	0	\$ 79.131	\$ 79.131
RMD003	Zapato Clásico color Amarillo oro	37	0	7	0	10	\$ 79.131	\$ 792.310
RMD003	Zapato Clásico color Amarillo oro	38	0	0	0	10	\$ 79.131	\$ 792.310

Fuente. Elaboración propia.

Entradas

En la segunda hoja encontramos las Entradas: Esta planilla tiene como fin soportar información sobre todas las compras y zapatos producidos en la fábrica de calzados RONNY.

En ella se ingresan los siguientes datos: N° de factura, fecha, referencia, descripción, talla, cantidad, precio de compra y total compra.

También se encuentran los botones Inventario y Salidas, los cuales nos llevará a la hoja correspondiente de cada uno.

Ilustración 2. Entradas.

Entradas							
N° FACTURA	FECHA	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	TALLA	CANTIDAD	PRECIO DE COMPRA	TOTAL COMPRA
N°001	2 jul	RN001	Zapato Clásico color azul	37	2	\$ 68.250	\$ 136.500
N°002	2 jul	RN001	Zapato Clásico color azul	38	3	\$ 68.250	\$ 204.750
N°003	2 jul	RN001	Zapato Clásico color azul	39	2	\$ 68.250	\$ 136.500
N°004	2 jul	RN001	Zapato Clásico color azul	41	4	\$ 68.250	\$ 273.000
N°005	2 jul	RN004	Zapato Clásico color Beige	38	2	\$ 68.250	\$ 136.500
N°006	2 jul	RN004	Zapato Clásico color Beige	39	3	\$ 68.250	\$ 204.750
N°007	2 jul	RN009	Botas Clásico color Negro	37	2	\$ 68.250	\$ 136.500
N°008	2 jul	RN009	Botas Clásico color Negro	39	2	\$ 68.250	\$ 136.500
N°009	2 jul	RN011	Botas Clásico color Beige	39	3	\$ 68.250	\$ 204.750
N°010	2 jul	ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	37	4	\$ 10.000	\$ 40.000
N°011	2 jul	ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	38	3	\$ 10.000	\$ 30.000
N°012	2 jul	ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	41	3	\$ 10.000	\$ 30.000
N°013	13 jul	PLUMA 01	Zapatilla Sport Negro	37	4	\$ 40.000	\$ 160.000

Fuente. Elaboración propia.

Salidas

En la tercera hoja encontramos las Salidas: Esta planilla tiene como fin suministrar información sobre todas las ventas que realiza la fábrica de calzado RONNY, tanto para zapatos comprados como para zapatos producidos en la fábrica.

En ella se ingresan los siguientes datos: N° de factura, fecha, referencia, descripción, talla, cantidad, precio de venta, y total venta.

También se encuentran los botones Inventario y Entradas, los cuales nos llevará a la hoja correspondiente de cada uno.

Ilustración 3. Salidas.

Salidas							
N° FACTURA	FECHA	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	TALLA	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA
N°001	2 jul	RN001	Zapato Clásico color azul	38	2	\$ 95.000	\$ 190.000
N°002	2 jul	RN001	Botas Clásico color Negro	40	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°003	2 jul	RN001	Zapato Clásico color Café	39	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°004	2 jul	PLUMA 01	Mocasín color Acuario	38	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°005	2 jul	RN001	Zapato Clásico color Beige	37	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°006	2 jul	RN001	Zapato Clásico color Beige	38	2	\$ 95.000	\$ 190.000
N°007	2 jul	RN011	Botas Clásico color Café	39	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°008	2 jul	PLUMA 01	Mocasín Color Azul	37	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°009	2 jul	RN001	Zapato Clásico color Negro	41	2	\$ 95.000	\$ 190.000
N°010	2 jul	PLUMA 01	Mocasín Beige Interior	38	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°011	2 jul	PLUMA 01	Mocasín Color Negro	38	1	\$ 95.000	\$ 95.000
N°012	2 jul	RN001	Botas Clásico color Azul	40	3	\$ 95.000	\$ 285.000
N°013	2 jul	RN012	Botas Clásico color Negro	39	2	\$ 95.000	\$ 190.000

Autor: grupo de investigación.

Resumen mensual de entradas

En la siguiente hoja se encuentra un Resumen mensual de entradas: Este resumen podrá verse reflejado a través de filtros por año, mes y precio. Tiene como fin proporcionar información de las entradas de inventario.

Ilustración 4. Entradas mensuales.

AÑO	MES	REFERENCIA	DESCRIPCION	CANTIDAD DE ZAPATOS	VALOR TOTAL
2021	JULIO	ADIDAS 01	Zapatilla Sport Negro y Blanco	2	\$10000
2021	JULIO	ADIDAS 02	Zapatilla Sport Azul oscuro	2	\$10000
2021	JULIO	ADIDAS 03	Zapatilla Sport Azul oscuro	2	\$10000
2021	JULIO	LIKESAL 0002 02	Zapatilla Sport Azul	2	\$10000

Autor: grupo de investigación.

Resumen mensual de Salidas

En la siguiente hoja se encuentra un Resumen mensual de salidas: Este resumen podrá verse reflejado a través de filtros por año, mes y precio. Tiene como fin proporcionar información de las salidas de inventario.

Ilustración 5. Salidas mensuales

AÑO	MES	REFERENCIA	DESCRIPCION	CANTIDAD DE ZAPATOS	VALOR TOTAL
2021	JULIO	7015-01 63	Bardilla Calz y Anillo oro	1	\$15 000
2021	JULIO	7015-01 63	Bardilla Blanca y Negro	1	\$15 000
2021	JULIO	7015-01 63	Bardilla Blanca y Negro	1	\$15 000
2021	JULIO	7015-01 64	Bardilla Gris y Verde	1	\$15 000

Autor: grupo de investigación.

Gastos

En esta hoja se ven reflejados los gastos del último semestre del 2020 como dato histórico y permitirá registrar todos los gastos del 2021 mes a mes para tener un estimado de su utilidad.

Entre estos se encuentran: Servicio de luz, agua y gas, sueldo de administrador, arriendo, pago operarios 1ra quincena, pago operarios 2da quincena.

Ilustración 6. Gastos mensuales

Mes	Enero
GASTOS	
Servicio de luz	\$ 261.546
Servicio de agua	\$ 90.357
Servicio de gas	\$ 53.544
Sueldo administrador	\$ 1.000.000
Arriendo	\$ 350.000
Pago operarios 1ª Quincena	\$ 300.000
Pago operarios 2ª Quincena	\$ 300.000
OTROS GASTOS	
Impuestos	\$ 0
	\$ 0
	\$ 0
	\$ 0
	\$ 0
TOTAL GASTOS	\$ 2.355.447
UTILIDAD	
	-\$ 2.535.447

Fuente. Elaboración propia.

Resumen anual

En esta hoja se pretende tener un resumen anual de los meses registrados en las hojas anteriores, facilitando una interpretación más directa de la información y ayudando en la toma de decisiones.

En esta se describe: Meses, salidas, entradas, gastos y utilidad.

Ilustración 7. Resumen anual

RESUMEN ANUAL				
MES	SALIDAS	ENTRADAS	GASTOS	UTILIDAD
Enero	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Febrero	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Marzo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Abril	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Mayo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Junio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Julio	\$ 14.625.000	\$ 5.758.926	\$ 2.016.670	\$ 6.849.404
Agosto	\$ 6.570.000	\$ 5.073.824	\$ 2.282.900	-\$ 786.724
Septiembre	\$ 8.940.000	\$ 4.059.424	\$ 2.246.427	\$ 2.634.149
Octubre	\$ 10.795.000	\$ 8.411.448	\$ 2.247.958	\$ 135.594
Noviembre	\$ 11.855.000	\$ 6.710.154	\$ 2.271.593	\$ 2.873.253
Diciembre	\$ 34.510.000	\$ 8.206.372	\$ 2.309.447	\$ 23.994.181
TOTAL	\$ 87.295.000	\$ 38.220.148	\$ 13.374.995	\$ 35.699.857

Fuente. Elaboración propia.

Informe Dinámico

Por medio de este grafico se pretende mostrar de manera dinámica el comportamiento de las salidas, entradas, gastos y utilidades.

Ilustración 8. Informe Dinámico



Fuente. Elaboración propia

Estado de resultados

Esta herramienta además permite evaluar la rentabilidad de la empresa por medio de un estado de resultados básico el cual se alimentará automáticamente de los datos del resume anual.

Ilustración 9. Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS		
Ventas Netas	\$	86.305.000
Costos de Venta	\$	56.098.250
UTILIDAD BRUTA	\$	30.206.750
Gastos Administrativos	\$	13.374.995
Gastos Venta	\$	-
Depreciación	\$	-
UTILIDAD OPERATIVA	\$	16.831.755
Gastos Financieros	\$	-
Utilidad Antes de Impuesto	\$	16.831.755
Impuesto	\$	5.554.479
UTILIDAD NETA	\$	11.277.276

Fuente. Elaboración propia.

Control de costos

Se creó en una herramienta en Excel capaz de llevar el control de los costos para la Fábrica de calzado RONNY con el fin de brindar un conocimiento cabal de los costos de la empresa, servir de base para fijar precios de venta, establecer políticas de comercialización y facilitar la toma de decisiones.

Dentro de esta herramienta encontramos 2 hojas: Control de Costos y Detalle de Costos.

Costos para zapatos producidos por RONNY

Se establece el número de calzados a fabricar y se procede a establecer los costos.

Materia prima

Son todos esos materiales que son transformados para crear un producto; ejemplo: Cuero, forro, plantilla, hilo, suela, Maxon, etc.

Ilustración 10. Materia prima de zapatos producidos por RONNY.

N°PRODUCCION DE ZAPATOS		80
MATERIA PRIMA		COSTO POR PAR
CUERO		\$ 27.000
FORRO		\$ 1.500
PLANTILLA		\$ 338
HILO DE BORDAR		\$ 1.000
HILO DE MARCA		\$ 688
SUELA		\$ 6.875
MAXON		\$ 3.188
TACHUELAS		\$ 788
ODENA		\$ 1.375
TOTAL		\$ 42.750
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 79.378
MARGEN DE UTILIDAD		20%
ESTIMACIÓN PRECIO/VENTA		\$ 99.223
GANANCIA		\$ 19.845

Fuente. Elaboración propia

Detalle de materia prima: En esta se debe discriminar los costos de la materia prima por: cantidad global, costo global, cantidad por par y costos por par. Seguido de este un total del costo global y de los costos por par.

Ilustración 11. Detalle de materia prima.

Costos para zapatos producidos

MATERIA PRIMA				
	CANTIDAD GLOBAL	COSTO GLOBAL	CANTIDAD POR PAR	COSTO POR PAR
CUERO	252m ²	\$ 2.160.000	30 dm ²	\$ 27.000
FORRO	10m	\$ 120.000	30 dm ²	\$ 1.500
PLANTILLA	10m ²	\$ 27.000	3 dm ²	\$ 338
HILO DE BORDAR	1 e 100mm	\$ 80.000	2,50 mt	\$ 1.000
HILO DE MARCA	1 e 100mm	\$ 55.000	1,95 mt	\$ 688
SUELA	100 pares	\$ 550.000	1 par	\$ 6.875
MAXON	3 g	\$ 255.000	1/8 tr	\$ 3.188
TACHUELAS	500 Umd	\$ 63.000	6 Umd	\$ 788
ODENA	20 lam	\$ 110.000	3 dm ²	\$ 1.375
TOTAL		\$ 3.420.000		\$ 42.750

Fuente. Elaboración propia

Mano de obra

Aquí deben ser registrados todos esos costos por mano de obra que requieren esfuerzo físico y mental para poder llevar a cabo la producción del calzado. Ejemplo: Cortador, Despuntador, Pulidor, Pegador, Acabador, etc.

Estos van discriminados seguidos de un total de los costos.

Ilustración 12. Mano de obra de zapatos producidos por RONNY.

MANO DE OBRA	COSTO POR PAR
CORTADOR	\$ 1.500
DESPUNTAR	\$ 4.000
PULIDOR	\$ 5.000
PEGADOR	\$ 5.000
ACABADOR	\$ 5.000
TOTAL	\$ 20.500

Fuente. Elaboración propia

Detalle de mano de obra: En este cuadro se debe discriminar la mano de obra, la cantidad de recursos humanos, los pares de zapatos en que incurre su esfuerzo físico o mental, el pago por par y el valor total del costo.

Ilustración 13. Detalle de mano de obra

MANO DE OBRA				
CORTADOR	1	1 Par	\$ 1.500	\$ 120.000
DESPUNTAR	1	1 Par	\$ 4.000	\$ 320.000
PULIDOR	1	1 Par	\$ 5.000	\$ 400.000
PEGADOR	1	1 Par	\$ 5.000	\$ 400.000
ACABADOR	1	1 Par	\$ 5.000	\$ 400.000
TOTAL			\$ 20.500	\$ 1.640.000

Fuente. Elaboración propia

Costos indirectos de fabricación

Son aquellos costos que no pueden ser clasificados como Materia Prima ni Mano de obra, estos costos se relacionan con todo el funcionamiento de la fábrica de calzado RONNY. Dentro de ellos encontramos: Servicios, arrendamiento y sueldo de administrador. Estos van discriminados seguidos de un total de los costos.

Ilustración 14. Costos indirectos de fabricación producidos por RONNY

CIF	COSTO POR PAR
SERVICIO DE LUZ	\$ 1.681
SERVICIO DE AGUA	\$ 1.750
SERVICIO DE GAS	\$ 750
ARRIENDO	\$ 3.097
SUELDO ADMINISTRADOR	\$ 8.850
TOTAL	\$ 16.128

Fuente. Elaboración propia

Detalle de los costos indirectos de fabricación

En este cuadro se debe discriminar los costos indirectos de fabricación (CIF) en que incurren los zapatos producidos y en los que incurren los comprados: el costo mensual de esos CIF, los números de pares producidos, número de pares comprados, el total de zapatos y un costo por par.

Ilustración 15. Detalle costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION - CIF					
	COSTO MENSUAL	N° PARES PRODUCIDOS	N° PARES COMPRADOS	TOTAL N° DE ZAPATOS	COSTO POR PAR
SERVICIO DE LUZ	\$ 190.000	80	33	113	\$ 1.681
ARRIENDO	\$ 350.000	80	33	113	\$ 3.097
SUELDO ADMINISTRADOR	\$ 1.000.000	80	33	113	\$ 8.850
FLETE	\$ 114.000	NO APLICA	33	33	\$ 3.455
SERVICIO DE AGUA	\$ 140.000	80	NO APLICA	80	\$ 1.750
SERVICIO DE GAS	\$ 60.000	80	NO APLICA	80	\$ 750

Fuente. Elaboración propia

Estimación precio de venta

En este cuadro se busca establecer: El costo de producción, el margen de utilidad, así mismo determinar el precio de venta y la ganancia.

Ilustración 16. Estimación precio de venta zapatos producidos por RONNY

COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 79.378
MARGEN DE UTILIDAD	20%
ESTIMACIÓN PRECIO/VENTA	\$ 99.223
GANANCIA	\$ 19.845

Fuente. Elaboración propia

Costo de zapatos comprados

Se debe determinar el número de zapatos comprados, referencia, detalle y precio de compra, precio de compra más costos de venta, margen de utilidad, estimación precio de venta y ganancia. Por ser un producto terminado solo incurren algunos costos, tales como: Costos de Venta (Arriendo, servicio de luz y sueldo del administrador).

Ilustración 17. Zapatos comprados.

NºZAPATOS COMPRADOS		33								
REFERENCIA	DETALLE	TALLA	CANTIDAD	PRECIO DE COMPRA	COSTO DE VENTA	PRECIO DE COMPRA+ COSTO DE VENTA	MARGEN DE UTILIDAD	ESTIMACION PRECIOVENTA	GANANCIA	
ADIDAS 01	Zaparrilla Sport Negro y Blanco	37	6	\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 01	Zaparrilla Sport Negro y Blanco	38		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 01	Zaparrilla Sport Negro y Blanco	39	3	\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 01	Zaparrilla Sport Negro y Blanco	40		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 01	Zaparrilla Sport Negro y Blanco	41	3	\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 02	Zaparrilla Sport Azul oscuro	37		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 02	Zaparrilla Sport Azul oscuro	38		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 02	Zaparrilla Sport Azul oscuro	39		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 02	Zaparrilla Sport Azul oscuro	40		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 02	Zaparrilla Sport Azul oscuro	41		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 03	Zaparrilla Sport Rojo	37		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 03	Zaparrilla Sport Rojo	38		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 03	Zaparrilla Sport Rojo	39		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 03	Zaparrilla Sport Rojo	40		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
ADIDAS 03	Zaparrilla Sport Rojo	41		\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	
FUMA 01	Zaparrilla Sport Negro	37	4	\$ 40.000	\$ 17.083	\$ 57.083	20%	\$ 71.354	\$ 14.271	

Autor: grupo de investigación.

Dentro de este cuadro encontramos los costos indirectos de fabricación para 1 par de zapatos. En este cuadro se deben discriminar los costos de venta en los que incurren los zapatos comprados: Costo mensual de los costos de venta, costo por total de zapatos comprados y costo por par.

Ilustración 18. Costos de venta para los zapatos comprados.

COSTOS DE VENTA			
	COSTO MENSUAL	NºZAPATOS COMPRADOS* COSTO	COSTO POR PAR
SERVICIO DE LUZ	\$ 190.000	\$ 55.487	\$ 1.681
ARRIENDO	\$ 350.000	\$ 102.212	\$ 3.097
FLETE	\$ 114.000	\$ 114.000	\$ 3.455
SUELDO ADMINISTRADOR	\$ 1.000.000	\$ 292.035	\$ 8.850
TOTAL		\$ 563.735	\$ 17.083

Fuente. Elaboración propia.

Conclusiones

Es fundamental para cualquier empresa que se dedique a la producción y comercialización de productos tener un control de costos e inventarios. Una empresa que conoce los elementos del costo en que incurre para tener un producto terminado y disponible al público, (como aquella materia prima que será transformada, los recursos humanos que comprometen la producción y aquellos costos indirectos de fabricación) cuentan con información real y suficiente que le ayudará como base para fijar los precios de venta, establecer políticas de comercialización y facilitar la toma de decisiones.

Así mismo, una empresa debe conocer las existencias de productos terminados que tiene en su almacén, organizarlas por referencia y registrarlas en un sistema que le permita conocer su inventario de manera fácil y rápida.

Por ello hemos creado una herramienta en Excel que le permita a la fábrica de calzado RONNY contar con un control de costos e inventarios, permitiéndole conocer los costos en que debe incurrir su calzado producido y comprado, aprovechando los recursos y maximizando su capital; esta herramienta le permite

a la fábrica conocer el total de calzados disponibles por referencia agilizando su búsqueda y disminuyendo la pérdida de ventas por desconocimiento del calzado en stock, para así llevar una gestión administrativa de inventario exitosa.

Con esta herramienta la fábrica contará con un registro de sus ventas mensuales, que al restarle los gastos podrá determinar una utilidad por mes. Además, contará con un resumen anual de las ventas, compras, gastos y utilidad que le servirá de apoyo para la toma de decisiones.

Referencias

Actualicese. (2015). *8 condiciones para ser considerado microempresa*. Obtenido de Actualicese: <https://actualicese.com/8-condiciones-para-ser-considerado-microempresa/>

Arboleda, J. (2019). *El análisis de datos contables como fuente de información para la administración y los negocios*. Obtenido de 6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2019/6tosimposio/ponencias-docentes/30d.pdf>

Buelvas, C. (2015). *El papel de la contabilidad de gestión en el sistema de información contable y su incidencia en la rentabilidad de las empresas*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5671113.pdf>

Castrillón, A. (2018). *La importancia de la Gestión Contable y Financiera en el proceso de implementación de NIIF en las MiPymes*. Obtenido de Intercostos.org: <https://intercostos.org/wp-content/uploads/2018/01/ATEHORTUA-CASTRILLON.pdf>

Chacón, G. B. (2011). La contabilidad de costos en el sistema de información contable de las PyME del estado Mérida. *Actualidad Contable Faces*, vol. 14, núm. 22, 21-44.

Colombia Turismo Web . (2016). *Villavicencio*. Obtenido de Colombia Turismo Web : <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/META/MUNICIPIOS/VILLAVICENCIO/VILLAVICENCIO.htm>

COLOMBIA TURISMO WEB . (s.f.). *VILLAVICENCIO*. Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/META/MUNICIPIOS/VILLAVICENCIO/VILLAVICENCIO.htm>

CONTABILIDAD ACTUAL. (2013). *Importancia de la contabilidad en la Micro y pequeña empresa*. Obtenido de www.contabilidad-actual.com.mx: <https://www.contabilidad-actual.com.mx/2013/06/05/>

la-importancia-de-la-contabilidad-en-la-micro-y-peque%C3%B1a-empresa/#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20Contabilidad%20en%20la%20Micro%20y%20peque%C3%B1a%20empresa,-Se%20ha%20preguntado&text=La%20contab

Cuidatufuturo. (s.f.). Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/que-es-microempresa-y-que-areas-tiene/>

Dane. (2020 de Mayo de 2020). *Dane Información para todos*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/ciudades/micronegocios_informe_Villavicencio_2019.pdf

Día, V. a. (2019). *En Villavicencio aumentó el desempleo en febrero del 2019*. Obtenido de Villavicencio al Día : <https://www.villavicenciodiaadia.com/en-villavicencio-aumento-el-desempleo-en-febrero-del-2019/#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20desempleados%20en,datos%20de%20parte%20del%20DANE>.

Figueroba, A. (2018). Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/autores/alex-figueroba>

García, I. (2017). *Definición de Inventario*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/inventario#:~:text=El%20significado%20de%20inventario%20es,el%20proceso%20productivo%20o%20comercializados>.

Gómez, C., Valbuena, C., & Fuentes, D. (2017). *Importancia de la Información Financiera para el ejercicio de la Gerencia*. Obtenido de Universidad de la Amazonia. Leticia-Colombia: <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/download/2977/3476/>

Juan Vasquez . (24 de Julio de 2016). *Sildeshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Ingjuancarlos01/enfoque-cuantitativo-cualitativo-y-mixto>

Kaplan, R. S. (1990). Contribution margin analysis: No longer relevant. *Management Accounting Research*, 2-15.

Martelo, L. (2008). *Sistema de Información Contable*. Obtenido de Monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos66/sistema-informacion-contable/sistema-informacion-contable2.shtml>

Minicomercio. (2015). *Herramientas para el Desarrollo de Contabilidad*. Obtenido de Minicomercio: <https://www.ctcp.gov.co/proyectos/contabilidad-e-informacion-financiera/documentos-organismos-internacionales/informe-final-adt-en-colombia/1535053459-4079>

Mite, M. (2015). *Estrategias de contabilidad de gestión aplicada a pymes revisión literaria*1. Obtenido de Scielo : <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v15n2/1794-4449-rlsi-15-02-256.pdf>

Mora, Y. (2017). *Los sistemas de información contable y su relación con las herramientas tecnológicas*. Bogotá.

Morales, L. (2019). *Importancia de los fundamentos contables. Aplicación práctica de un proceso contable en una empresa comercial*. Obtenido de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/335783973_Importancia_de_los_fundamentos_contables_Aplicacion_practica_de_un_proceso_contable_en_una_empresa_comercial

Palma Le Blanc, A. (1993). Dirección de organizaciones. Providencia Chile: Editorial Dolmen.

Parra, L. I. (2013). Los sistemas de información contable una herramienta para la gestión integral de las Pymes. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*, 10.

Pico, E., & Núñez, S. (2018). El software contable como herramienta técnica en las microempresas de la provincia de Santa Elena, Ecuador. *Revista Killkana Sociales*. Vol. 2, No. 1, 21-26.

Rico, M., & Tinto, J. (2010). Herramientas con base en subconjuntos borrosos. Propuesta procedimental para aplicar expertizaje y recuperar efectos olvidados en la información contable. *Actualidad Contable FACES Vol. 13 N° 21*, 127-146.

Ripoll, V., & Urquidi, A. (2010). Herramientas de contabilidad de gestión utilizadas en la práctica empresarial: una revisión crítica de los trabajos de investigación. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración N°44*, 1-20.

Serrano, A., & Señalín, L. (2017). *El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala (Ecuador)*. Obtenido de Revista Espacios : <https://www.revistaespacios.com/a18v39n03/a18v39n03p30.pdf>

TODACOLOMBIA . (21 de Febrero de 2019). *DEPARTAMENTO DEL META* . Obtenido de <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/meta/index.html>

Velasquez, T. (2018). *Importancia de la Información contable* . Obtenido de UCENM: <https://www.coursehero.com/file/53672809/IMPORTANCIA-DE-LA-INFORMACION-CONTABLEpdf/>

Sistematización de las Actividades de Formación e Integración del Programa de Contaduría Pública en Uniminuto

Alejandra Meneses Acosta. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: amenesesaco@uniminuto.edu.co

Adriana Clavijo Meneses. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: aclavijome1@uniminuto.edu.co

Resumen

El Picnic Contable surge como una estrategia para vincular la investigación formativa a partir de actividades lúdicas que se realizan en espacios abiertos donde los estudiantes refuerzan sus lazos de convivencia y además, profundizan en temas contables que se ligan a ejercicios de investigación. Desde este punto, el espacio permite resolver los vacíos conceptuales a través de casos de estudio que son asignados a los estudiantes aplicando otras herramientas como el debate, el intercambio de saberes, la resolución de conflictos y el fomento de buenas relaciones interpersonales entre estudiantes, docentes e incluso

Abstract

The Picnic Contable arises as a strategy to link formative research based on recreational activities that are carried out in open spaces where students reinforce their bonds of coexistence and also delve into accounting issues that are linked to research exercises. From this point, the space allows the conceptual gaps to be resolved through case studies that are assigned to students, also applying other tools such as debate, knowledge exchange, conflict resolution and the promotion of good interpersonal relationships between students, teachers and even family members. Starting from this, the Accounting Picnic aims to

familiares. Partiendo de esto, el Picnic Contable tiene como objetivo integrar a los estudiantes, despertando en ellos habilidades investigativas para promover su vinculación a semilleros de investigación.

Por su parte, Contaduría Tiene Talento surge con el propósito de identificar y demostrar que los contadores más allá de sus conocimientos tanto contables como financieros, poseen diversas habilidades que refuerzan su desarrollo personal y profesional. Desde este punto, se resaltan los talentos y se integra a la comunidad educativa en torno a un evento que fomenta competencias comunicativas y habilidades blandas que requiere el estudiante para enfrentar su vida profesional.

Palabras clave

Formación, Integración, Pedagogía, Sistematización, investigación

integrate students, awakening in them investigative skills to promote their link to research hotbeds.

For its part, Contaduría Tiene Talento arises with the purpose of identifying and demonstrating that accountants beyond their accounting and financial knowledge, possess various skills that reinforce their personal and professional development. From this point, talents are highlighted and the educational community is integrated around an event that fosters communication skills and soft skills that the student requires to face their professional life.

Keywords

Training, Integration, Pedagogy, Research, Systematization

Introducción

UNIMINUTO es una universidad que tiene como visión brindar educación de calidad a partir de la integración de valores universales que contribuyen a la automatización de la persona y la construcción de un mundo mejor, enfatizando en el desarrollo humano, social e integral. De esta manera, la universidad busca formar profesionales de pregrado y posgrado socialmente responsables, siendo líderes e innovadores sociales capaces de generar acciones que promuevan la transformación de las comunidades, potenciando en ellos sus capacidades individuales y colectivas (Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025).

En este sentido, todos los programas académicos tienen una estructura curricular que brinda a los estudiantes un proceso de formación integral. De esta manera, cada programa diseña estrategias de acuerdo con sus objetivos dando cumplimiento a los indicadores de autoevaluación y demás procesos que reflejan los estándares de calidad ante el Ministerio de Educación Nacional - MEN.

Es así como el programa de Contaduría Pública de la Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio ha logrado consolidar dos eventos significativos dirigidos

a estudiantes y docentes que no sólo potencian los conocimientos propios del programa, sino que además, promueven el desarrollo de habilidades sociales, investigativas y de integración. Estos son el *Picnic Contable* y *Contaduría Tiene Talento*.

Desde hace 3 años, estos eventos se han encargado de demostrar las capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes que reflejan la integralidad de los estudiantes, pues a simple vista se considera que los Contadores Públicos son personas mecánicas, ceñidas a los procedimientos y en ocasiones rutinarios por la esencia misma del trabajo que se desarrolla en las organizaciones. A lo que se suma el sinnúmero de cambios en la normativa que regula su desempeño profesional y otras situaciones que ayudan a reforzar estos imaginarios sociales.

Partiendo de este contexto, el programa de Contaduría Pública desde su coordinación, consejeros, líderes de investigación y equipo docente, plantearon la necesidad de abordar dos grandes objetivos: primero, demostrar que los Contadores Públicos son personas creativas y que tienen habilidades comunicativas

y expresivas que van más allá de oficio, y segundo, generar espacios de integración didácticos y recreativos que refuercen los conocimientos aprendidos en el aula de clase, incentivando en los estudiantes la importancia del quehacer investigativo aplicando la teoría recibida con los acontecimientos propios de su entorno, reforzando de esta forma el enfoque praxeológico que fundamenta el proyecto educativo de la institución.

En este orden de ideas, el presente trabajo de grado busca a través de una sistematización, documentar la experiencia de estos dos eventos realizados por el programa de Contaduría Pública, para identificar su impacto en la formación integral de los estudiantes del programa y su contribución en su proceso de formación integral.

Metodología

Se tiene como objetivo realizar una sistematización de las actividades de formación e integración del programa de contaduría pública, a partir de la experiencia de Picnic Contable y Contaduría Tiene Talento del programa de Contaduría Pública de la Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio, con el fin de documentar la experiencia y su impacto en la formación integral de los estudiantes de contaduría, esto teniendo como instrumentos de recolección de información las entrevistas y encuestas respectivamente realizadas a los participantes y cooperantes del desarrollo de estas actividades, así determinando las competencias desarrolladas por los estudiantes al participar en cada uno de estos eventos y llevar a cabo la visión que tiene la corporación universitaria minuto de Dios.

Por un lado, las encuestas se aplicaron a los estudiantes al momento de su participación en ambos eventos obteniendo el punto de vista de los estudiantes frente a la realización de estos eventos, por otro las entrevistas se aplicaron a tres estudiantes que participaron en ambos eventos.

Igualmente se aplicó una entrevista al profesor Pablo Mendoza líder del semillero SEINCOP encargado de la realización de estos eventos, al profesor Luis quien fue colaborador en ambos eventos y se aplicó la entrevista a quien en su tiempo fue coordinadora del programa de Contaduría Pública, la profesora Sandra Riveros. La información obtenida en estas entrevistas es necesaria para recrear la experiencia de estas actividades, por ello se procede a realizar una ficha de tematización en la cual se registra lo más importante dicho por las personas entrevistadas y que servirá para la sistematización.

Resultados Esperados

Los resultados obtenidos por una encuesta aplicada a los estudiantes que participaron en el Picnic Contable, demuestran la importancia que tiene esta actividad en el desarrollo académico de los estudiantes, de igual manera se determinó en qué porcentaje los estudiantes desarrollan sus habilidades de investigación y su deseo por continuar con la realización de este evento.

En relación a la actividad de Contaduría Tiene Talento, a lo largo del periodo académico 2021-1 se realizará la debida encuesta a los estudiantes que participan en la actividad a desarrollar en dicho periodo.

Con las entrevistas se está realizando un proceso de tematización con el fin de obtener los relatos más importantes dichos por las personas a las cuales entrevistamos (profesores y estudiantes) con la intención de traer la experiencia de terceros e incluirla en la sistematización.

Proyecto en curso: Debe presentar informe parcial de los resultados obtenidos de la investigación

Conclusiones

Con estos eventos se logró impactar positivamente a los estudiantes, fortaleciendo relaciones interpersonales, integración con sus compañeros y docentes y despertando habilidades investigativas, que a su vez fortalece los procesos cognitivos de los estudiantes de contaduría pública, ya que experimentaron al máximo su creatividad para que al final logaran alcanzar el objetivo de estas actividades.

Esta investigación realizada ha contribuido de manera importante a la identificación de los puntos que hay por cubrir y considerar para llevar a cabo una implementación exitosa de los sistemas de información. Quedan cosas importantes para reflexionar y otras las ha reforzado como puntos angulares para llevar a cabo una buena implementación.

Referencias

Barnechea, M. y Morgan, M. (2010) *La sistematización de experiencias: Producción de conocimientos desde y para la práctica*. Revista Tendencias & Retos, (15), 97-107.

Jara, O. (2012). *La sistematización de experiencias: práctica y teoría para otros mundos posibles*. CEP-Centro de Estudios y Publicaciones Alforja.

Jara, O. (2015). *La Sistematización de Experiencias produce un conocimiento crítico dialógico y transformador*. Obtenido de <https://cepalforja.org/sistem/bvirtual/wp-content/uploads/2015/06/Entrevista-Oscar-Jara-Revista-Docencia.pdf>

Comparativo del programa de Contaduría Pública Uniminuto con las Universidades más destacadas del ranking del MEN a nivel local, nacional e internacional

Lina Marcela Sandoval Ríos. Corporación Universitaria Minuto de Dios,
Programa de Contaduría Pública.
Correo: lsandovalr1@uniminuto.edu.co

Resumen

Este trabajo de investigación es de gran importancia para la Universidad Minuto de Dios, ya que por una parte se busca observar cuáles beneficios ofrece ésta y qué ventajas tiene frente a las demás, adicional a eso es necesario encontrar estrategias necesarias para contribuir con el mejoramiento de la visibilidad y acreditación de la universidad, se llevará a cabo un análisis interno y externo, aporte muy bueno para la universidad ya que no cuenta con este tipo de análisis.

Las problemáticas que resuelve esta investigación es dejar de ser una de las universidades poco reconocidas lo cual es un problema debido a que, aunque

Abstract:

This research work is of great importance for the Minuto de Dios University, since on the one hand it seeks to observe what benefits it offers and what advantages it has over the others, in addition to that it is necessary to find necessary strategies to contribute to the improvement of the visibility and accreditation of the university, an internal and external analysis will be carried out, a very good contribution for the university since it does not have this type of analysis.

The issues that this research solves is to stop being one of the little-known universities, which is a problem because, although it has a large number of

cuenta con un amplio número de alumnos, necesita ser más visible, atractiva y competitiva antes las demás universidades y es por esto que es necesario el comparativo.

Al realizar el PCI y el POAM se tendrá una clara información de cómo se encuentra la universidad frente a las otras universidades a nivel nacional en el cual puede tener un beneficio ya que podrá adquirir o verificar qué asignaturas están manejando las otras universidades o cómo puede fortalecer las suyas, de esta manera formar profesionales con más conocimiento académico para ayudar a los alumnos a tener un mejor puntaje pro ya que tendrán una formación integral más amplia y a destacarse mejor en el ámbito laboral, esto ayudará a que la universidad se posicione dentro del ranking de las mejores universidades con metodología a distancia en la carrera de contaduría pública

Palabras Clave

Estrategias, Asignatura, Comparativo, Ranking, Planes de curso

students, it needs to be more visible, attractive and competitive before other universities and that is why that comparison is necessary.

By carrying out the PCI and the POAM, you will have clear information on how the university is compared to other universities at the national level in which you can have a benefit since you can acquire or verify what subjects the other universities are handling or how you can strengthen theirs, in this way to train professionals with more academic knowledge which will help students to have a better pro score since they will have a broader comprehensive training and to stand out better in the workplace, this will help the university to position itself within of the ranking of the best universities with distance methodology in the career of public accounting.

Key Words

Strategies, Subject, Comparative, Ranking, Course plans

Introducción

En algún momento de la vida o de nuestra carrera todos nos hemos preguntado de qué depende que unas universidades sean más reconocidas que otras, que tengan más acreditación o que elijan estudiantes de las demás universidades y no de la que estudiamos. Ahora bien ¿qué tan importante es para la universidad Minuto de Dios mejorar en diversos aspectos y realizar un comparativo con respecto a otras universidades en la carrera de Contaduría Pública para observar por qué son las más destacadas y que plus ofrecen?

Pensando en la necesidad de realizar un comparativo con otras universidades para implementar el perfil de capacidad interna (PCI) y la matriz POAM (oportunidades y amenazas en el medio) y de esta manera agregar nuevas asignaturas en el pensum de la carrera de Contaduría Pública, este proyecto se realiza con la finalidad de fortalecer la carrera, pretende acercarse a los directivos de la Universidad Minuto de Dios, para mostrarles el beneficio que puede traer la mejora del pensum y las estrategias que se pueden utilizar para contribuir con el mejoramiento de la acreditación de la carrera de Contaduría y

la clasificación en el ranking dentro de los mejores programas.

La acreditación es el reconocimiento por parte del Estado de la calidad de instituciones de educación superior y de programas académicos, es una ocasión para valorar la formación que se imparte frente a la formación que se reconoce como deseable en relación a su naturaleza y carácter, y la propia de su área de conocimiento. También es un instrumento para promover, reconocer la dinámica del mejoramiento de la calidad y precisar metas de desarrollo institucional y de programas.

La pregunta de investigación es ¿cómo evaluar las asignaturas existentes en las universidades comparadas para observar si pueden ser implementadas en la ciudad de Ibagué y estrategias que puedan contribuir con el mejoramiento de la acreditación de alta calidad de la carrera de contaduría pública en la universidad Minuto de Dios?

Este se responde realizando un estudio del pensum de cada universidad y comparar qué materias diferentes ofrecen o qué programas académicos estratégicos tienen implementados para que los estudiantes

salgan mejor preparados y para que se destaquen en ser las mejores dentro del ranking, también investigando con que están innovando para mantener el liderazgo y causar un impacto positivo en su entorno.

Metodología

La metodología utilizada es la cualitativa ya que se recopilaron datos no cuantitativos y se observaron las diferentes ventajas que tiene el programa de Contaduría Pública en otras universidades.

Técnicas de recolección de la información

Encuesta: Dirigida al personal y a los alumnos de la Corporación universitaria Minuto de Dios, donde se pretende recolectar información sobre los factores que inciden en la falta de acreditación y posicionamiento dentro del ranking de las mejores universidades, también permite establecer un rango de criterio de opinión de cada persona encuestada.

A continuación, encontrarás preguntas en las cuales evaluaremos qué tanto sabes de la universidad Minuto de Dios.

1. *¿Conoce el pensum de la universidad minuto de Dios?*

SI NO

2. *¿Sabes quienes son las encargadas de acreditar las carreras universitarias?*

SI NO

3. *¿Sabes si la universidad minuta de Dios en qué posición esta, frente a las universidades de Colombia?*

SI NO

4. *¿Tienes idea de cuantas acreditaciones tiene la universidad minuta de Dios en la carrera contaduría pública?*

SI NO

5. *¿Te gustaría que se agregara una nueva materia que mejore más la carrera de contaduría?*

SI NO

Ilustración 1. Respuestas sobre opinión de estudiantes para nuevas materias adicionales



Fuente: Elaboración propia

Resultados

Se logró identificar con un benchmarking a la Universidad EAN, debido a que la universidad EAN tiene 144 créditos, mientras que la Corporación Universitaria Minuto de Dios tiene 150 créditos, una de las ventajas que tiene la universidad EAN es que cuenta con materias enfocadas en el estudio internacional y no solo va basado a la educación nacional, de las cuales encontramos materias como:

- Entorno económico
- Entorno del modelo contable
- Contabilidad de gestión
- Derecho integral e internacional
- Revelación de la información financiera y no financiera
- Gestión financiera internacional

Conocimiento adquirido a través de la realización de este proyecto

Tabla 1. Construcción matriz PCI

CAPACIDAD	FORTALEZAS		DEBILIDADES		IMPACTO	
	ALTO	ME DIO	ALTO	ME DIO	ALTO	ME DIO
GERENCIAL						
Uso de análisis y planes estratégicos	5.0		3.0			1.0
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	5.0		3.0	1.0	5.0	3.0
Flexibilidad de la estructura organizacional	3.0	3.0	3.0		5.0	
Comunicación y control general	5.0		5.0		5.0	
Experiencia y conocimiento de la institución	5.0		3.0		5.0	
Habilidad para atraer y retener gente creativa		1.0	3.0		5.0	
Habilidad para responder a tecnologías cambiantes	5.0		3.0	1.0	5.0	
Habilidad para manejar fluctuaciones económicas	3.0		3.0			1.0
Capacidad para enfrentar la competencia	3.0		5.0		5.0	
Sistemas de control eficaces			3.0		3.0	
Sistema de toma de decisiones	5.0		3.0			1.0
Cumplimiento de metas	3.0	3.0	3.0		3.0	
SUMA	35.0	30.0	30.0	24.0	35.0	23.0
COMPETITIVA						
Calidad del Servicio	5.0		3.0		5.0	
Variedad y precio de productos	5.0			1.0	5.0	
Publicidad	3.0	3.0	5.0		5.0	
Fuerza de producto, calidad, exclusividad	5.0		3.0		5.0	
Lealtad y satisfacción del cliente	3.0		3.0	1.0	3.0	
Organización del personal	3.0		3.0		3.0	
Calidad de prestaciones y disponibilidad de insumos	3.0		3.0		5.0	
Administración de clientes	3.0		3.0		5.0	
SUMA	30.0	30.0	30.0	2.0	25.0	0.0
FINANCIERA						
Disponibilidad de Capital	3.0		3.0		5.0	
Renovabilidad de la inversión	5.0		3.0		3.0	
Acceso a capital cuando lo requiere	5.0		3.0		5.0	
Renovabilidad sistema de inversión	5.0				3.0	
Flujo de los dineros es apropiado	3.0		3.0		3.0	
Reservas, disponibilidad de fondos internos	3.0		5.0			1.0
Habilidad para competir con precios	5.0			1.0		1.0
SUMA	30.0	0.0	30.0	2.0	30.0	2.0
TECNOLÓGICA						
Capacidad de innovación	5.0			1.0	5.0	
Aplicaciones tecnológicas	5.0			1.0	5.0	
Habilidad técnica y de manufactura	3.0			1.0	3.0	
Nivel de tecnología utilizada en productos	3.0		3.0		3.0	
Fuerza de personal y procesos	3.0		3.0		5.0	
Efectividad de la producción y programas de m	5.0			1.0	3.0	
La sala de sistemas es apropiada	3.0		5.0		3.0	
Valor agregado al producto	3.0		5.0		3.0	
Aplicación de tecnologías informáticas	3.0		3.0		5.0	
SUMA	30.0	0.0	30.0	4.0	29.0	0.0
TALENTO HUMANO						
Motivación	3.0		3.0		3.0	
Remuneración salarial	5.0		3.0		3.0	
Estabilidad	5.0			1.0	5.0	
Rotación interna	3.0			1.0		1.0
Ausentismo	3.0	1.0		1.0		1.0
Nivel de remuneración	3.0			5.0		
Accidentalidad		1.0				1.0
Pérdidos		1.0			3.0	
SUMA	30.0	2.0	30.0	8.0	30.0	2.0
PORTALESAS			DEBILIDADES			
CAPACIDAD GERENCIAL			40			
CAPACIDAD COMPETITIVA			30			
CAPACIDAD FINANCIERA			25			
CAPACIDAD TECNOLÓGICA			29			
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO			22			
SUMA			144			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Construcción matriz POAM

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS - POAM									
CALIFICACIÓN FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
ECONÓMICOS									
Cambios en la demanda alumnos que se inscriban al programa de Contaduría Pública			X		X		X		
Facilidades en la adquisición de crédito estudiantil	X				X		X		
Fluctuaciones de los precios del semestre académico de CP		X			X		X		
POLÍTICOS									
Otorgación de acreditación de alta calidad en el programa de contaduría pública por parte de las entidades encargadas.	X				X		X		
Reconocimiento por parte del ministerio de educación por la buena educación en este programa	X				X		X		
SOCIALES									
Rumores falsos de las clases y el manejo de este programa académico.			X	X				X	
Escasez económica por falta de empleo			X		X			X	
TECNOLÓGICOS									
Salas de sistemas y bibliotecas para realizar trabajos y tutorías que necesitan un computador	X				X		X		
Alumnos que no cuentan con los implementos necesarios para estudiar a distancia el programa de contaduría Pública.			X		X			X	
GEOGRÁFICOS									
Alumnos que no pueden desplazarse hasta el lugar de estudio por diferentes obstáculos.			X		X			X	
Falta de permiso para abrir nuevas sedes en las cuales este el programa de Contaduría Pública.			X	X				X	

ALTO	MEDIO	BAJO

Fuente: Elaboración propia.

Elección materias y estrategias que se pueden extraer para adecuarlas en la carrera de Contaduría Pública en Uniminuto

Asignaturas transversales:

- Empresariales: Cultura del emprendimiento
- Socio humanísticas: Sentido de lo humano
- Tecnológicas: Aprovechamiento de las tecnologías
- Investigativas: Búsqueda del conocimiento
Laboratorio contable
- Cultura de emprendimiento I, II, III: Proyecto de vida del emprendedor, identificación de la idea de negocios, innovación y creatividad y liderazgo.
- Inglés I: inglés de negocios básico, inglés de negocios intermedio e inglés en negocios internacionales.

Como se puede analizar son materias importantes hoy en día que abren más puertas laborales y que ayudan a la universidad a acreditarse.

Conclusiones

Se puede evidenciar que es necesario realizar este proyecto de investigación ya que al extraer nuevas materias y agregarlas en el pénsum de Contaduría Pública de la sede Chicalá, los estudiantes se motivaron y saldrán mejor preparados, serán profesionales con una excelente formación académica y esto beneficiará a la Corporación Universitaria minuto de Dios a nivel económico, académico etc.

A pesar de ser buenos siempre se debe mejorar, es por esto que se realizó este proyecto con el fin de poder aportar a la carrera de Contaduría Pública un plus que haga crecer a la universidad y a los alumnos a nivel profesional y económico, además hoy en día es un mérito obtener una alta acreditación y visibilidad en un programa, lo que requiere esfuerzo y dedicación por parte de los estudiantes, docentes y directivos.

Al capacitar al alumnado para las pruebas Saber Pro y lograr tener buen puntaje y cumplir con los demás requisitos se puede lograr visibilidad y la alta acreditación, lo que hace que los profesionales salgan mejor preparados y con más oportunidades en el ámbito laboral.

Finalmente cabe resaltar que esta universidad tiene muchas ventajas, sin embargo la Universidad EAN tiene una acreditación internacional lo que hace que los alumnos que quieren ir al extranjero, sean los más opcionados para realizar intercambio y obtener un buen empleo en el tiempo mínimo posible.

Cabe resaltar que aún falta ampliar el comparativo debido a que se le están haciendo adiciones y mejoras al proyecto, es por esto que el título está enfocado no solo en la EAN sino en otras universidades, por eso es un proyecto en curso que aún no se ha terminado.

Referencias

Decreto 1295. *Por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior*. 20 de abril de 2010. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-229430_archivo_pdf_decreto1295.pdf

Plan de Negocio Constructora Cascada de Oriente, en el Municipio de Fómeque

Karen Xiomara Rey G. Universidad Cooperativa campus Villavicencio, programa de Contaduría Pública.

Correo: karen.reyg@campusucc.edu.co

Brayan Nicolás Martínez Romero. Universidad Cooperativa campus Villavicencio, programa de Contaduría Pública.

Correo: brayan.martinezr@campusucc.edu.co

Resumen

El presente plan de negocios se realiza con el fin de determinar la viabilidad de la creación de una empresa constructora y consultoría en estructura liviana en el municipio de Fómeque. Inicialmente se plantean los objetivos del trabajo de tal manera que permitan determinar y analizar de forma clara y concreta su viabilidad. Con ello, se lleva a cabo el análisis del entorno; ¿cuáles son las condiciones actuales en el mercado en el sector de la construcción?, para así evaluar el mercado actual y los aportes a la economía del país.

Para el impulso y puesta en marcha de "Constructora

Karen Viviana Mendoza S. Universidad Cooperativa campus Villavicencio, programa de Contaduría Pública.

Correo: karen.mendozas@campusucc.edu.co

Abstract:

This business plan is carried out in order to determine the viability about the creation of a construction and consulting company in light structure in the municipality of Fómeque, first the objectives of the work are raised in such a way that to carry out in this way determine and analyze clearly and concretely whether this is feasible or not. With this, the analysis of the environment is carried out, what are the current market conditions in the construction sector, in order to evaluate the current market and the contributions to the country's economy.

For the promotion and start-up of "Constructora Cascada de Oriente"; it was verified and studied the

Cascada de Oriente"; se verificó y estudió el análisis de todas las exigencias para la creación de una empresa constructora y consultoría en estructura liviana en el municipio de Fómeque, evaluando sus condiciones legales según la legislación nacional colombiana para no incurrir en ningún tipo de infracción en que este pueda causar sanciones y procesos judiciales.

Por último, se llevó a cabo el desarrollo del estudio financiero, determinado el presupuesto necesario para la ejecución de las actividades en este trabajo de grado y por su puesto para la creación de la empresa.

Palabras clave

Acero Galvanizado, Innovación, Estructura liviana, Proyectos habitacionales, Rentabilidad, Implementación, Construcción, Oriente, Empresa, Plan de negocio

analysis of all the requirements for the creation of a construction and consulting company in light structure in the municipality of Fómeque, evaluating its legal conditions according to Colombian national legislation in order not to incur in any type of infraction where this could cause sanctions and judicial processes.

Finally, the development of the study was carried out, determining the necessary budget for the execution of the activities in this degree work and of course for the creation of the company.

Keywords

Galvanized Steel, innovation, light structure, housing projects, profitability, implementation, construction, east, company, business plan.

Introducción

En el presente proyecto de grado se constituye el plan de negocios para creación de una empresa constructora y consultoría en estructura liviana la cual se denominará Plan de Negocio Constructora Cascada de Oriente, en el municipio de Fómeque. Este documento hace referencia con énfasis en la evaluación de los posibles escenarios para determinar lo más favorable y probable, esto con el fin de conocer de antemano las inversiones, créditos, y en consecuencia demás aspectos relevantes antes de emprender la creación de esta empresa para de esta forma minimizar la posibilidad de un fracaso, y por ende tener en claro muchos aspectos que a medida del tiempo puedan suceder a fin de saber la forma de enfrentar ciertas situaciones en cada caso.

Por medio de la realización de un estudio Constructora Cascada de Oriente determina la viabilidad ante este proyecto, buscando una importante alternativa diferente e innovadora en el sector de la construcción, proponiendo de igual forma una consultoría especializada en un tipo de estructura donde está agilizará y facilitará el desarrollo de proyectos a menor costo manteniendo sobre todo altos estándares de calidad.

La necesidad de evaluar si es favorable crear una empresa de esta naturaleza, nace debido a que en los últimos años se ha venido presentando un crecimiento acelerado por expansión de construcciones al interior y en las zonas aledañas al casco urbano, urbano rural y a su vez en la ciudad, lo cual exige un aceleramiento en los tiempos de entrega, reduciendo costos, mejorando la calidad y dando cumplimiento a la legislación existente exigida para los proyectos.

Para la ejecución de este proyecto se da uso a la metodología de un estudio descriptivo a través de la utilización herramientas tales como la aplicación de una encuesta, esto con el propósito de saber ¿cuáles son las expectativas de los habitantes del municipio de Fómeque para la creación de una empresa constructora y de servicios de consultoría en estructura liviana? Este tipo de análisis metodológicos son uno de los más aplicados al momento de determinar las características de una población, a su vez determinar qué es lo que ocurre en la misma. El método de encuesta se realiza para conocer la viabilidad, impacto e innovación de este proyecto en el municipio de Fómeque, cabe resaltar que este proyecto se divide

en las siguientes fases las cuales son: Estudio de mercado, aspectos técnicos, aspectos organizacionales y legales, por último, aspectos financieros.

Al momento de analizar las cifras con las cuales se tendrá que administrar mensual, semestral o anualmente para mantener un flujo de efectivo adecuado, se tiene en cuenta no solamente la rentabilidad al determinar que tan favorable es el negocio, sino sabiendo si se cuenta con un flujo de efectivo necesario para solventar las necesidades de los gastos fijos.

Con el estudio se busca determinar la factibilidad y viabilidad de esta constructora relacionada de igual forma en la especialización de una consultoría de estructura liviana, determinando así qué aspectos se debe realizar en el seguimiento estricto para la disminución de riesgos, inconvenientes y aumentar a medida del tiempo la probabilidad de mantener la empresa en un mercado innovador en el cual se ayude con la disminución de pérdidas y optimice los procesos constructivos.

El planteamiento ideal de este plan de negocio para la creación de una Constructora y de servicio de con-

sultoría especializada en estructura liviana, en el municipio de Fómeque; nace con el propósito de brindar a los habitantes una propuesta nueva e innovadora, esto con la objetividad de obtener una rentabilidad, por medio de la prestación servicio integral, todo con la intención de brindarle a la comunidad un beneficio común donde está satisfecha las necesidades de los habitantes de Fómeque y demás interesados.

Constructora Cascada de Oriente, representa una ventaja para la población de la región, especialmente en el municipio de Fómeque, pues se habla de la reducción del costo al fin de tener vivienda, lo cual conlleva a que se tenga facilidad de adquisición para la población en una situación económica menos favorable, de igual manera puede llegar a representar una gran inversión en la población fomequeña en los estratos más altos; siendo esta de un menor costo, con los beneficios a fin de tener la comodidad que buscan en un hogar cálido y acogedor.

Cabe agregar que es una gran oportunidad para aquellos negociantes, quienes podrán aumentar su margen de utilidad incluso posicionar la empresa en el mercado poniéndola a competir con buenos precios y calidad.

Constructora Cascada de Oriente, desarrollará estrategias de beneficios a los inversionistas, al mismo tiempo generar una empresa que permitirá apoyar a aquellos que no presentan experiencia laboral, o no cuentan con un empleo sólido el cual brinde alternativas de solución acorde con sus necesidades propias.

Metodología

La fundamentación metodológica del proyecto se abordó a través de un estudio descriptivo, basado en las características de la empresa como objeto principal; entre ellos, datos estadísticos, documentos, fuentes académicas y oficiales, que aportaron información para el análisis y estudio originado en el planteamiento de este plan de negocio, dando respectiva estructura en la formación y procedimiento para que lleve a cabo la beneficencia a todos los habitantes del municipio de Fómeque, en el Departamento de Cundinamarca. Según Ok Diario (2018), los estudios descriptivos son uno de los métodos cualitativos que se utiliza con el fin de realizar investigaciones para describir el comportamiento o estado de características de una población.

Las técnicas a utilizar en este segmento deben encaminarse en la buena formulación de qué tipo de vivienda de estructura liviana estaría dispuesta para cada estrato social, satisfaciendo arduamente las necesidades de los clientes, recopilando todo tipo de información para medir el comportamiento del mercado de las empresas constructoras que prestan el servicio de construcción tanto nivel municipal como departamental.

El desarrollo de los objetivos se hará de carácter inductivo llevando a cabo este plan de negocio, donde esta partirá de acuerdo con las expectativas de cada uno de los clientes, sus necesidades al adquirir una vivienda propia y en buena calidad, ejecutando métodos para que la propuesta supere cada uno de los retos, expectativas e ideas de los clientes como potenciales, siempre resaltando la importancia de tener conocimiento al momento de crear una constructora con dichas características.

De esta forma analizar la información obtenida, verificando las posibles relaciones que pueda existir entre los resultados obtenidos y las variables que se utilizaran por ende en el método analítico, determinando con factibilidad si el proyecto es viable o no, analizando

su competencia en el mercado y con ello ver que tan atractiva es la idea de negocio para los posibles clientes potenciales en el municipio de Fómeque.

Universo y Población

La población principal objeto de este proyecto es la población de Fómeque / Cundinamarca y sus alrededores, esta tendrá en cuenta una muestra de 372 encuestas para poder determinar la muestra de este estudio, donde se utilizará el muestreo probabilístico. De igual manera, se tendrá como base provisional el rango de edades entre mujeres y hombres, con el propósito de determinar en qué rango de edades es más atractivo el plan de negocio.

Esta propuesta va encaminada a todas las familias y personas pertenecientes al municipio de Fómeque / Cundinamarca, para el muestreo probabilístico se tendrá en cuenta personas de todos los estratos socioeconómicos, pero se tiene la idea de montar sucursales en los diferentes departamentos del país. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE y el último censo general de la población de Colombia, Fómeque cuenta con 12.157 habitantes, de

la cual alrededor el 64% es rural. Se ubica entre 1400 y 4.000 metros sobre el nivel del mar - m s. n. m, y el casco urbano se halla 1.895 m s. n. m.

Tabla 1. Determinación de muestra y formato de encuesta

EDADES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTALES	12157	5092	7065
18-22	4278	759	3519
23-27	1775	963	812
28-32	1205	452	753
33-37	851	365	486
38-42	731	593	138
43-47	467	362	105
48-52	808	454	354
53-57	602	452	150
58-62	306	152	154
63-67	1134	540	594
	12157		

Fuente: Elaboración propia a partir de DANE (2021).

Para establecer el número de encuestas a realizar se utilizó el siguiente modelo estadístico, siendo este

el más adecuado para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas cuando se estiman proporciones:

Donde:

N: Tamaño de muestra

e: Porcentaje de error estimado

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

Tabla 2. Determinación de la tabla de cálculos

TABLA DE CÁLCULOS	
p:q	0,5
q:p-1	0,5
E	5%
Z	1,96

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de confianza 95%, es decir que corresponde a un valor Z de 1.96

Entonces,

Se realizarán 372 encuestas en el municipio de Fómeque, dónde se busca indagar cuáles son las necesidades primordiales que quisieran renovar los clientes, qué tipo de vivienda les gustaría tener, cuánto estarían dispuestos a pagar, entre otras inquietudes.

Resultados

Modelo de Negocio

La empresa Constructora Cascada de Oriente, elabora la temática de una idea principal encaminada a un modelo de negocio denominado servicios de consultoría especializada en estructura liviana en el municipio de Fómeque / Cundinamarca, basado en el análisis del valor.

Se idealiza en crear una atmósfera de colaboración entre los actores de este proyecto, teniendo presente siempre como base el programa de necesidades del cliente según su estrato socio económico para la adquisición de una vivienda propia. Esta propuesta de valor va encaminada tanto al cliente final como al arquitecto autor del proyecto, basándonos siempre en la transparencia y soluciones constructivas.

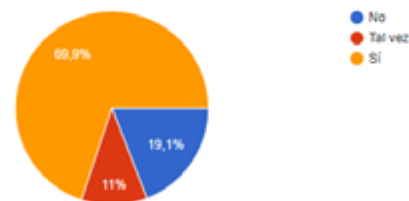
El objetivo de este estudio de mercado es la realización de un análisis encaminado y orientado hacia la oferta y demanda del sector económico secundario en el municipio de Fómeque, determinado a su vez las expectativas que originen los consumidores ante esta. Para el cumplimiento de este objetivo planteado se decide la realización de una serie de preguntas mediante la utilización de herramientas como la encuesta, la cual contiene preguntas relevantes para la creación y aceptación de la constructora por los habitantes del municipio de Fómeque. Antes de la aplicación de estas encuestas se creó un breve resumen a los encuestados acerca de la creación de una constructora y servicio de consultoría dentro del municipio de Fómeque y su área preferida para la adquisición de un bien.

Se presentan resultados de las 372 encuestas realizadas por los habitantes de Fómeque, Cundinamarca y sus alrededores más cercanos teniendo en cuenta todo tipo de edades y estratos sociales. Obtenemos como resultado lo siguiente.

Figura 1. Diagrama de resultados sobre el impacto positivo de la propuesta

1. ¿Una vez leída la propuesta de la Constructora Cascada de Oriente cree usted que tendrá un impacto positivo en el municipio de Fómeque?

372 respuestas



Fuente. Elaboración Propia

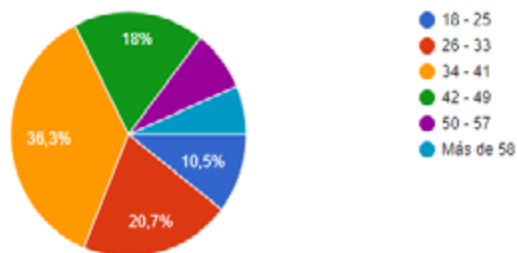
Análisis

El 69,9% es equivalente a 261 habitantes de Fómeque, Cundinamarca y sus alrededores, los cuales están de acuerdo y asimilan que podrán tener un impacto positivo para su mismo municipio dado a que la constructora cascada de oriente dará muchos beneficios para todo tipo de población.

Figura 2. Diagrama de resultados sobre el rango de edad

2. ¿Cuál es el rango de su edad?

372 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

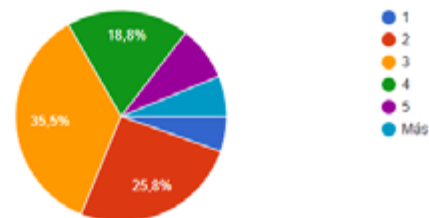
Análisis

El 36,3% es equivalente a 136 habitantes de Fómeque Cundinamarca y sus alrededores, quienes participaron en la encuesta, tienen un promedio de edad 34-41 años, destacando que los habitantes del municipio de fomeque mayores de 50 años se les complica mucho este tipo de encuestas virtuales los cuales no participaron en este proceso.

Figura 3. Diagrama de resultados sobre estrato socioeconómico

3. ¿En que estrato socioeconómico vive?

372 respuestas



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis

El 35,5% es equivalente a 133 habitantes de Fómeque, Cundinamarca que participaron en la encuesta, los cuales manejan un estrato socioeconómico nivel 3 destacando los estratos 5 e inferiores a 5 porque cuentan con buenos recursos propio,s lo cual no es de su interés ese tipo de propuesta.

En la encuesta realizada no encontramos población de estrato lo cual el porcentaje es nulo ya que nadie pertenece a ese estrato.

Figura 4. Diagrama de resultados sobre grupo familiar



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 32,5% es equivalente a 121 habitantes de Fómex, Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, forman un núcleo familiar de 3 personas. En la encuesta realizada observamos que los núcleos familiares no superan 5 integrantes por familia lo cual no obtuvimos un resultado exacto y el cual su porcentaje es nulo.

Figura 5. Diagrama de resultados sobre vivienda propia



Fuente. Elaboración Propia

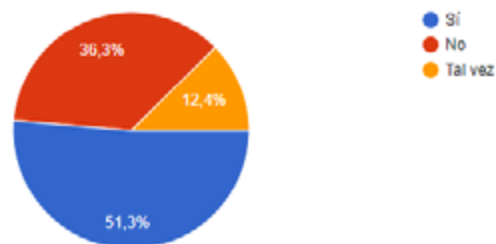
Análisis

El 64,2% es equivalente a 239 habitantes de Fómex, Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta cuentan con vivienda propia a nivel nacional, pero es de su mayor interés el convenio que ofrece la constructora cascada de oriente.

Figura 6. Diagrama de resultados sobre subsidio de vivienda

6. ¿A usted le gustaría adquirir un subsidio de vivienda?

372 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

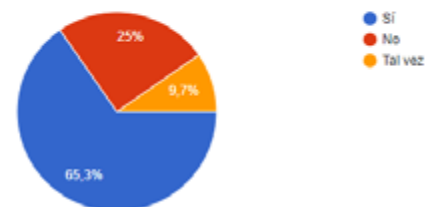
Análisis

El 51,3% es equivalente a 191 habitantes de Fómecue Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, el cual es de su mayor interés llegar a obtener ese tipo de subsidio con tan buenos beneficios que ofrece la constructora cascada de oriente para un mayor bienestar a futuro.

Figura 7. Diagrama de resultados sobre servicios de consultoría

7. ¿Está de acuerdo que se cree una empresa constructora para el municipio de Fómecue donde ofrezca a su vez los servicios de consultoría en el momento de la adquisición de vivienda?

372 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 65,3% es equivalente a 243 habitantes de Fómecue Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta se sentirían muy satisfactorios al tener una oficina la cual brinde todo tipo de ayuda y colaboración en el municipio el cual se piensa desarrollar el proyecto y sería un punto a favor a la constructora cascada de oriente ofrecer ese tipo de información.

Figura 8. Diagrama de resultados sobre adquirir vivienda propia

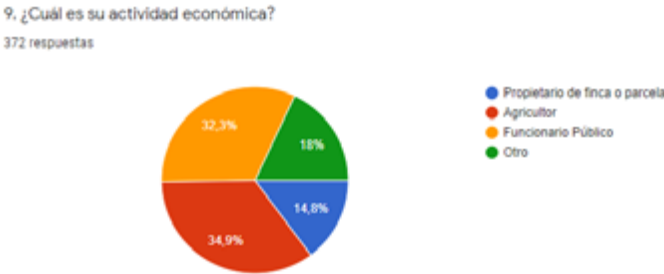


Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 43,3% es equivalente a 124 habitantes de Fómique Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, en la cual la mayoría de los encuestados optaron por el área rural el cual se llega a la conclusión que en el área rural se obtiene una mayor tranquilidad, paz y libertad que el del casco urbano.

Figura 9. Diagrama de resultados sobre actividad económica



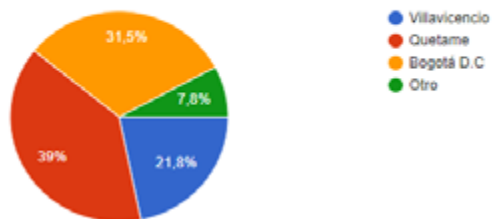
Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 34,9% es equivalente a 130 habitantes de Fómique, Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, en la que su actividad económica depende de la agricultura, lo cual sería muy satisfactorio para ellos lograr tener una vivienda cerca a su lugar de empleo.

Figura 10. Diagrama de resultados sobre ubicación de la oficina.

10. ¿Dónde más le gustaría que estuviera ubicada la oficina de la constructora?
372 respuestas



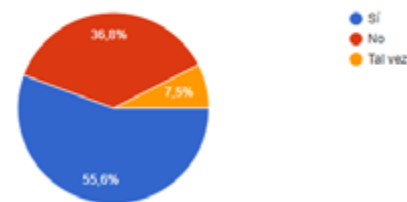
Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 39% es equivalente a 146 habitantes de Fómeque, Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, los cuales desearían tener la oficina Quetame debido al beneficio que pueden brindar y lo más importante tener la oficina de la constructora cerca de su localidad actual.

Figura 11. Diagrama de resultados sobre conocimiento del material liviano.

11. ¿Tiene conocimiento sobre el material liviano en obras de construcción y sus beneficios?
372 respuestas



Fuente. Elaboración Propia.

Análisis

El 55,6% es equivalente a 207 habitantes de Fómeque, Cundinamarca y sus alrededores que participaron en la encuesta, quienes muestran que logran tener un conocimiento sobre el tipo de construcción liviana, teniendo en cuenta que es un poco más económico y maneja un proceso más ligero en la hora de instalación y sus resultados son muy similares a los de otro tipo de construcción

Conclusiones

Después de analizar cada uno de los resultados encontrados en el plan de negocio, se concluye que la idea de negocio puede ser viable para su puesta en marcha en el municipio de Fómeque, Cundinamarca, en lo que está beneficiará a gran parte de la población. Este resultado se da sin perder la importancia de su objetivo principal que es la creación de la Constructora Cascada de Oriente, la cual se centra en la creación de una empresa constructora y de servicio de consultoría en estructura liviana, incentivando a los Fomequeños a vivir nuevas experiencias arquitectónicas, adquiriendo nuevos estilos de vivienda asequibles para todos los diferentes estratos económicos.

La demanda estimada se proyectó a tres años teniendo en cuenta un incremento anual ocasionado por el crecimiento natural de la misma, el resultado de las estrategias de mercado y las posibles campañas publicitarias. A partir de estos datos y con base en el estudio técnico se determinó la inversión inicial del proyecto (\$ 80.000.000 de pesos), aportados por los socios y la otra parte de la financiación se provee por medio de la solicitud de un préstamo con una entidad bancaria, en este caso es el Banco Popular, en el cual realizando un

estudio y pidiendo información directa con el banco, maneja tasas de intereses muy bajas y largos plazos de pagos, brindando beneficio de pagos.

Con base en todos los análisis, los resultados obtenidos y la información recopilada, se realizaron los estados financieros proyectados a tres años a partir de los cuales se realizó el siguiente análisis financiero: La creación de la empresa tiene una factibilidad económica ya que el Valor Actual Neto (\$44.404.304,68) y la Tasa Interna de Retorno (29%) son mayores que 0. Por otro lado, se tiene que primer año no se obtiene ganancias, pero a partir del segundo año 2022 el margen neto a pesar de ser muy bajo (1.96%), aumenta año tras año (7,04%, 10,6%, 13,4%), a medida que se amortiza el crédito y las ventas incrementan, y por último en el tercer año el nivel de endeudamiento (62.4%) permite a la empresa adquirir nuevos préstamos bancarios que en conjunto con el nivel de apalancamiento se logren desarrollar nuevos proyectos para expandir las actividades de la constructora por medio de nuevas sucursales.

Una de las preguntas que se les realizó a los encuestados fue que, si estaban interesados que dentro

de la creación de la constructora para el municipio de Fómez que este ofreciera a su vez los servicios de consultoría al momento de la adquisición de vivienda, el 65.3% de las personas encuestadas respondieron que sí, mientras que el 25% de ellas que no y el 9.7% que tal vez; de esta forma se puede determinar la idea del negocio es viable para su ejecución. Además, se establecen precios acordes según el estudio de mercado realizado, todo esto con el fin de conocer la competencia potencial, precio y la calidad en el servicio. El restaurante sigue siendo una atracción para estos clientes.

Para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa Constructora Cascada de Oriente de manera efectiva se determinó que es importante contar con un local comercial que cuente con una ubicación geográfica estratégica y de fácil acceso, el local debe estar dotado por todo el equipo de oficina necesario para el buen funcionamiento del mismo. Además de estos también debe contar con un sistema de vigilancia que permita monitorear el sitio. Para la parte operativa de la empresa se realizará la compra de todo tipo de maquinaria, lo que sí se realizará será el alquiler

de una mezcladora. Todo elemento adicional que se requiera para desarrollar los proyectos habitacionales deben ser parte del equipo de trabajo del contratista que lo llevará a cabo.

El factor importante que se tiene en cuenta, son las fuentes de información para el desarrollo y ejecución del proyecto, en conclusión, con la propuesta de este plan de negocio se realiza con diferentes fines que dieran la posibilidad de aprender cosas nuevas, analizando, apreciando y originando la importancia de la creación de empresa. Las herramientas que se utilizaron en el presente plan de negocio fueron viables para dicho análisis y resultados.

Referencias

Acevedo, A. (2014). Michael Porter. Consultado el 03 de noviembre de 2016, de unicauca.edu.co, «<http://artemisa.unicauca.edu.co/>,» 4 marzo 2010. [En línea]. Awarlarle: http://artemisa.unicauca.edu.co/~cardila/IS_04_03__MODELADO_DOMINIO_NV.pdf

Alcance Legal. (2016). Alcance Legal. Obtenido de Principales características de una S.A.S.: <https://www.alcancelegal.co/blogo/principales-caracteristicasde-una-s-a-s>

Calahorrano, P. (2013). Proyecto de factibilidad para la creación de una agencia en la ciudad de Cuenca, de la empresa "Constructora Naranjo Ordóñez S.A". dedicada a la construcción.

CAMACOL (2008). *Licencias de funcionamiento empresas constructoras*. Presidencia nacional CAMACOL, Bogotá.

Cámara de Comercio. (2 de abril de 2020). *Normatividad del Registro Mercantil (RM)*. Obtenido de abril y renovaciones-Normativa Registros Públicos-Normatividad del Registro Mercantil (RM): <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Normatividad-del-Registro-Mercantil-RM>

Congreso de la Republica. (2008). SuperSociedades. Obtenido de LEY 1258 DE 2008: <http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>

Construmática, «construmática,» Meta portal de Arquitectura, Ingeniería y Construcción, 23 febrero 2009. [En línea]. Awarlarle: <https://www.construmatica.com/s/construccion>

Dane. (2016). Dane. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de Indicadores Económicos Alrededor de la Construcción: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-portema/construccion/indicadores-economicos-alrededor-de-la-construccion>

Deloitte. (s.f.). Deloitte.com. Recuperado el 15 de noviembre de 2020, de Noticias: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/que-es-el-gobierno-corporativo.html>

Díaz, J. (2011). Modelos de vivienda y modelos de vida: un contraste en el suroccidente de Bogotá. Bogotá, Colombia. Duque, F. (2015). Fierros. Recuperado el 03 de noviembre de 2016, de Ventajas De La Construcción Liviana O En Seco: <http://fierros.com.co/revista/ediciones-2010/edicion-14/materiales-y-productos-12/ventajas-de-la-construccion-liviana-o-en-seco.htm>

Duque, F. (2015). Fierros. Recuperado el 03 de noviembre de 2016, de Ventajas De La Construcción Liviana O En Seco: <http://fierros.com.co/revista/ediciones-2010/edicion-14/materiales-y-productos-12/ventajas-de-la-construccion-liviana-o-en-seco.htm>

Economipedia. (s.f.). Empresario. Consultado el 27 de mayo de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>

Estatuto Tributario. (23 de Julio de 2019). Estatuto Tributario. Obtenido de Artículo 114-1 del Estatuto Tributario: <https://estatuto.co/?e=1460>

Herrera, F. (2016). *El modelo Canvas en la formulación de proyectos*. Bogotá.

Impacto ambiental (Drywall vs mampostería) y certificación leed: <http://es.slideshare.net/AndresCamiloAcevedoB/impacto-ambiental-drywallvs-mamposteria-y-certificacion-leed>

Inteligencia de negocios, ITS EL GRULLO, 27 mayo 2012. [En línea]. Awarlarle: <https://sites.google.com/site/itsginteligenciadenegocios/home/1-1-conceptos-basicos/1-1-5-variables-de-analisis>.

Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

Pablo Andrés Mendoza Sánchez. Docente Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.
Correo: pmendoz3@uniminuto.edu.co

Rodrigo Fernando Ramírez Guzmán. Estudiante Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Programa de Contaduría Pública.
Correo: rodrigo.ramirez@uniminuto.edu.co

Resumen

A diario aparecen un sinnúmero de plataformas para comercio online, brindándole al cliente pagos virtuales, entregas a domicilio, garantías adicionales, entre otras. No obstante, a raíz de la pandemia del COVID-19, vimos cómo gran cantidad de negocios cerraron definitivamente debido a la falta de ingresos, no supieron reinventarse, no aprovecharon las bondades del internet, en parte por desconocimiento y porque la mayoría de estas plataformas requieren pago.

Por lo anterior, nació la idea denominada *Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@* como proyecto de innovación social y productiva buscando

Abstract

Every day there are countless platforms for online commerce, offering the client virtual payments, home deliveries, additional guarantees, among others. However, as a result of the COVID-19 pandemic, we saw a large number of businesses permanently closed due to lack of income; They did not know how to reinvent themselves, they did not take advantage of the benefits of the internet, partly due to ignorance and because most of these platforms require payment.

Therefore, the idea called Virtual Showcase of Solidarity Entrepreneurship of Tolim @ was born as a project of social and productive innovation seeking the

el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios, especialmente a los emprendedores que derivan el sustento diario de lo producido por sus negocios. La Vitrina permite que los productos o servicios que comercializan sean conocidos por mayor número de potenciales clientes, proveedores y aliados estratégicos, totalmente Gratis.

De esta forma los negocios siguen generando ingresos, pese a las variadas medidas adoptadas por el gobierno nacional con ocasión a la pandemia; los clientes pueden suplir sus necesidades sin salir de sus hogares, preservando la salud y su vida. Esta herramienta suministrará información útil para efectuar diagnósticos cuantitativos y cualitativos o como material de consulta a todo tipo de interesado.

Palabras clave

Ecommerce, compra digital, mercado libre, vitrina virtual, comercio electrónico

integral sustainable development of people, communities and territories, especially entrepreneurs who derive their daily livelihood from what is produced by their businesses. The Showcase allows the products or services that they sell to be known by a greater number of potential clients, suppliers and strategic allies, totally Free.

In this way, businesses continue to generate income, despite the various measures adopted by the national government due to the pandemic; Clients can meet their needs without leaving their homes, preserving health and life, and this tool will provide useful information to carry out quantitative and qualitative diagnoses or as reference material to all types of interested parties.

Keywords

Ecommerce, digital shopping, free market, virtual showcase, electronic commerce

Introducción

Viendo la necesidad de permitir que los emprendedores del departamento del Tolima, que partiendo de su creatividad e innovación habían establecido una empresa o a los que a raíz del COVID 19 vieron la oportunidad para crear una o reinventarla, puedan mantener su negocio en marcha y generando ingresos, al mismo tiempo facilita a la comunidad en general para que de manera sencilla, sin moverse de la protección de su hogar, puedan escoger entre cientos de opciones, comparando precios y beneficios, satisfagan sus necesidades, el proyecto denominado Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ les facilita la creación de una base de datos con información precisa y actualizada sobre los emprendedores de nuestra región.

La vitrina exhibe los productos o servicios de los emprendedores, les permite establecer contacto con los potenciales clientes, con los proveedores y aliados estratégicos de manera eficiente, efectiva y sin comprometer de gran manera el presupuesto, además les permitirá que los diferentes entes oficiales los tenga en cuenta para incluirlos dentro las políticas gubernamentales y programas de emprendimiento.

Este proyecto dará una panorámica más cercana, real e individualizada sobre las empresas o negocios que se crean en el departamento del Tolima, dará idea de cuál es su papel dentro de la economía y la forma como contribuye con el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios.

Metodología

Esta investigación se logra a través de estudios de tipo exploratorio en los cuales el punto de partida fue formular el problema de manera adecuada, de tal forma que fuera comprensible y que permitiera desarrollar las hipótesis, en seguida se desarrolló el marco teórico basado en investigaciones y trabajos existentes relacionados con el tema.

Teniendo en cuenta que el proyecto se inspira en los principios de la innovación social y transformación digital, el cual busca el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios, en su etapa inicial se utilizaron indicadores de tipo social, los que ofrecerán información permanente sobre las tendencias sociales y económicas del sector conformado

por los empresarios emprendedores del departamento del Tolima. Así las cosas, para obtener esta información se utilizan las herramientas que actualmente ofrecen las Tecnologías de la información y la comunicación, entre ellos los formularios de Google en los que se diseñó una encuesta que fue enviada a través de correos electrónicos y redes sociales, inicialmente al componente UNIMINUTO vicerrectoría del Tolima y magdalena medio - Estudiantes, Graduados, Docentes, Administrativos, Colaboradores y, sus familiares y amigos - y luego emprendedores particulares del departamento del TolimWa.

Población

Como población general tomamos a todas aquellas personas del departamento del Tolima, especialmente estudiantes o graduados de cualquier programa, quienes partiendo de su creatividad, innovación y espíritu emprendedor hayan establecido algún tipo de negocio o a los que a raíz del COVID 19 vieron la oportunidad para crear uno nuevo o reinventar el que ya tenían.

Subpoblaciones y muestra

Con el fin facilitar la aplicación de las técnicas y por ende obtener resultados mejor ajustados a la realidad, se realizó el estudio en dos fases, dirigido a dos subpoblaciones representativas, así:

Tabla 1. Subpoblaciones objeto de estudio		
Subpoblación	Muestra	Fase y fecha de ejecución
Componente UNIMINUTO Tolima y Magdalena Medio	5.400	Fase 1 Desde junio de 2019 a la fecha.
Emprendedores de la comunidad Tolimense	17.000	Fase 2 Desde noviembre de 2020 a la fecha.

Fuente. Elaboración propia.

Técnica o instrumento de recolección de información

Encuesta virtual

Aprovechando los avances tecnológicos ofrecidos en las diferentes plataformas web, se optó por utilizar los formularios de Google efectuando 31 preguntas sobre aspectos personales, comerciales y sociales, principalmente los siguientes datos:

- Autorización para el tratamiento de datos
- Dirección de correo electrónico
- Información académica
- Datos personales
- Razón social del negocio
- Sector económico al que pertenece (objeto social)
- Disposición para ofrecer Descuentos, promociones o algún tipo de incentivo a potenciales clientes pertenecientes a la vitrina virtual
- Disponibilidad de servicio a domicilio (incluido o adicional a la compra)

Procedimiento

Mediante la herramienta web Google Forms se construyó un cuestionario con 31 preguntas como se ve en la Figura 1, orientadas a obtener información de los emprendedores del Tolima, sobre la actividad comercial que desarrolla, para esto se les envió link <https://forms.gle/3BYjeguPbNcGxbmM7> a través de sus correos electrónicos, grupos de WhatsApp y redes sociales como se detalla en la Figura 2.

Figura 1. Formulario de Google con el cuestionario aplicado.



Fuente. Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ (2021).

Figura 2. Invitación por la aplicación WhatsApp

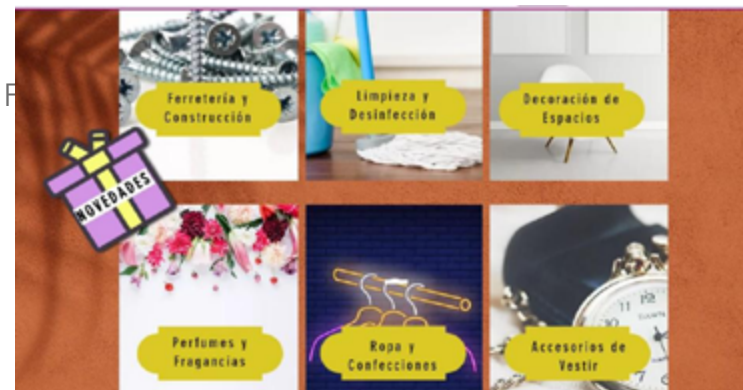


Fuente. Elaboración propia.

A medida que los emprendedores se inscriben en el formulario, se procede a clasificar y tabular de la información, y se diseñan las secciones correspondientes a los productos y servicios tales como alimentos, misceláneas, servicios, etc. Cada una de estas secciones posee imágenes agradables visualmente, cuenta con

botones dinámicos enlazados a la página de tiendas correspondiente, como se puede ver en la Figura 3.

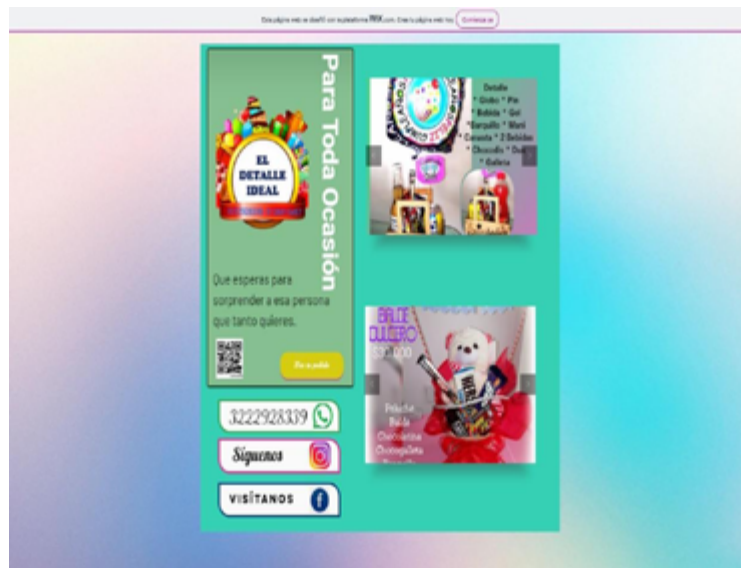
Figura 3. Secciones según producto o servicio



Fuente. Elaboración propia.

Para el caso de las páginas de tiendas, se diferencia la una de la otra mediante la utilización de estilos únicos con imágenes, videos, audios, enlaces a redes, y demás material multimedia, como se denota en la Figura 4.

Figura 4. Ejemplo de diseño de las tiendas de los emprendedores



Fuente. Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ (2021).

Con el fin que la vitrina virtual de emprendimiento solidarios del Tolim@ sea más atractiva y útil, es decir, que preste servicios adicionales a los de su objetivo primordial, se agregaron secciones donde el usuario puede encontrar información importante

como recomendaciones para prevenir el contagio con COVID-19, sección para publicar eventos de interés a comerciantes y sus usuarios, y por supuesto la sección donde se destacan productos novedosos, ofertas y promociones, como se ve en la Figura 5.

Figura 5. Secciones de información importante para clientes



Fuente. Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ (2021).

Para el diseño de la portada principal se utilizaron imágenes gratuitas - de libre uso sin derechos de autor - obtenidas de páginas web. Acordes al objetivo del proyecto, esta portada transmite y refleja

la personalidad de la vitrina, dejando ver su credibilidad, seriedad, responsabilidad social y medio ambiental, principios bajo los cuales se desarrolla. En ella misma va el eslogan “Todos los productos y servicios que necesitas, en tu propia región”, el cual le indica al cliente que podrá satisfacer las necesidades de consumo y al mismo tiempo apoyar a sus conciudadanos. Por su parte se utilizó como fondo un color amarillo el cual levanta el ánimo, ilumina, brinda diversión, felicidad, esperanza y jovialidad, denotado en la Figura 6.

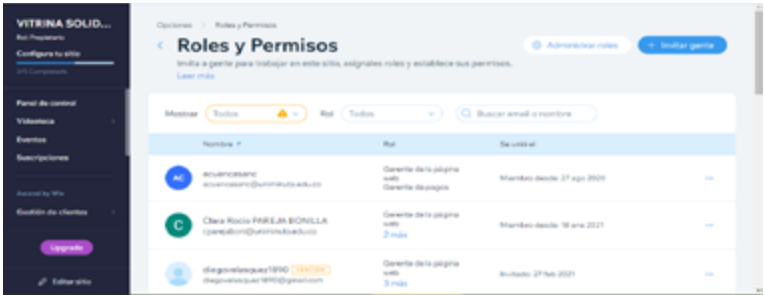
Figura 6. Portada principal de la Vitrina Virtual de emprendimiento Solidario del Tolim@



Fuente. Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ (2021).

Con el fin de vincular a los emprendedores en la creación de la Vitrina, se le envía link de acceso con privilegios de administrador y adjunto un video con instrucciones alojado en la página de YOUTUBE¹ pudiendo ellos mismos ingresar a su micrositio, editar información, actualizar las imágenes de productos, agregar links de acceso a sus propias páginas o redes sociales del negocio, publicar promociones, descuentos o eventos, como se ve en la Figura 7.

Figura 7. Asignación de roles y privilegios de administrador a los inscritos en la vitrina



Fuente. Aplicativo.

¹ Enlace de acceso https://www.youtube.com/watch?v=ihDwR_eZKO4&t=3s

Figura 8. Asignación de roles y privilegios de administrador a los inscritos por WhatsApp

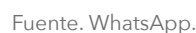


Figura 9. Botón dinámico enlazado al formulario de inscripción.



2 Línea de WhatsApp con el número 323 2296425

Resultados

Se crea la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ mediante la plataforma digital WIX.COM, a la cual se puede acceder a través del link <https://rodrigoramirez8.wixsite.com/website>

Se hace la inscripción de 86 emprendedores del departamento del Tolima, quienes tienen diferentes tipos de negocio desde ventas por catálogo hasta oficinas de asesorías en diferentes disciplinas.

Se realiza la publicación y promoción de la vitrina a través de diversas plataformas digitales con lo cual en el año 2020 se pudo socializar el proyecto a la totalidad de los estudiantes del programa de Contaduría Pública de la vicerrectoría Tolima y Magdalena medio y a una proporción de la comunidad en general (emprendedores, clientes, proveedores, etc.) del Tolima.

De la inscripción de 86 emprendedores, 68 de ellos (79%) son estudiantes y 18 (21%) graduados de la Universidad Minuto de Dios de la vicerrectoría Tolima y Magdalena medio, como se muestra en la Figura 10.

Figura 10. Resultados de los emprendedores inscritos



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Del total de emprendedores que se inscribieron para hacer parte del proyecto, se obtuvo que el 92%, es decir 79 personas, pertenecen al programa de Contaduría pública, los restantes pertenecen a otros programas, como se ve en la Figura 11.

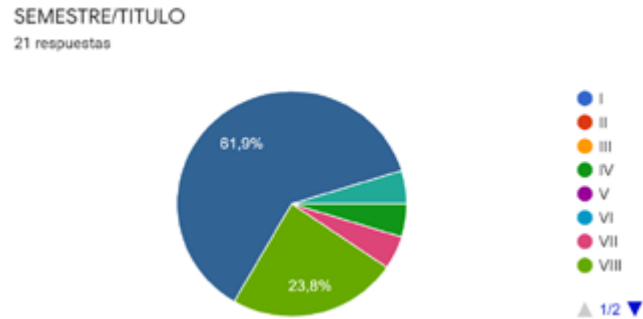
Figura 11. Discriminación de las personas inscritas por programa de estudio.



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Del total de emprendedores inscritos se pudo establecer que 53 personas son estudiantes de diferentes semestres y 33 son graduados, como se denota en la Figura 12.

Figura 12. Discriminación de las personas inscritas por semestre cursado / graduado



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Resultado de los tipos de comercio inscritos en la vitrina virtual, obteniendo que la mayoría se trata de oficinas donde se brindan asesorías contables, tributarias y financieras a empresas y/o personas, seguido de las ventas de comida preparada tales como restaurantes, venta de tamales, entre otros, ilustrado en la Figura 13.

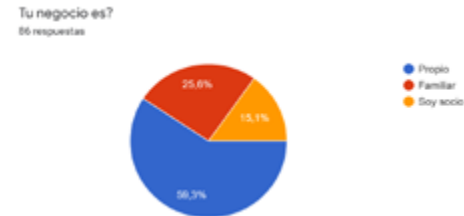
Figura 13. Relación de tipos de comercio

ASESORÍAS CONTABLES, FINANCIEROS Y TRIBUTARIOS	10
COMIDAS PREPARADAS (Restaurantes, Tamales)	8
MISCELANEA Y PAPELERIA	7
TÉCNOLOGIA (Celulares y Computadores)	5
OTRO TIPO DE NEGOCIO	5
REVISTAS O CATALAGOS	4
HOGAR LIMPIEZA, CUIDADO Y DECORACIÓN	4
ALIMENTOS FRESCOS (Frutas, Verduras)	4
FIESTAS Y EVENTOS (Detalles, desayunos)	4
FERRETERIA Y CONSTRUCCIÓN	3
BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL	3
ROPA, CORTE Y CONFECCIÓN	3
CUIDADO DE LA SALUD FISICA Y MENTAL	3

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Vinculación del emprendedor con su negocio, logrando establecer que 51 personas cuentan con negocio propio, seguido de 22 que tienen un negocio de tipo familiar, mientras los 13 restantes se encuentran asociados a otras personas, denotado en la Figura 14.

Figura 14. Relación emprendedor - negocio.

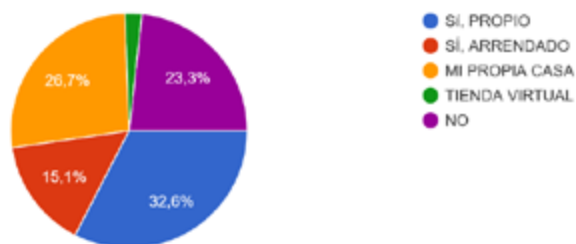


Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

De acuerdo con la Figura 15, del total de los negocios inscritos podemos destacar que 28 están establecidos en instalaciones propias, seguido de tener su negocio en su propia casa, mientras que un porcentaje similar no poseen instalaciones sin llegar a ser tienda virtual.

Figura 15. Propiedad del comercio

Cuenta con local (instalaciones)
86 respuestas

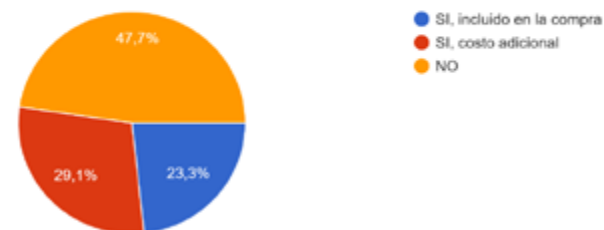


Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

En la Figura 16, se muestra que se cumple el objetivo del proyecto al establecer que 45 emprendedores poseen servicio de entregas a domicilio ya sea con cobro adicional a la compra o incluido.

Figura 16. Servicio de entregas a domicilio

Ofreces servicio a Domicilio
86 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Teniendo en cuenta que se socializo el proyecto en toda la jurisdicción que cubre la Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, se pueden identificar que la mayoría de los emprendedores tienen sus negocios en la ciudad de Ibagué, seguidos por municipios como Ambalema, Cajamarca, Lérída, Rovira, Puerto Boyacá, entre otros como se ve en la Figura 17.

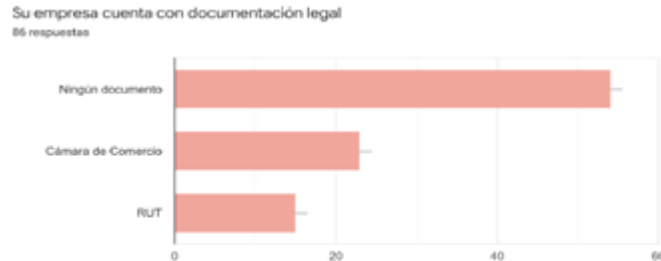
Figura 17. Ciudad de radicación del negocio



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

A fin de establecer si los negocios inscritos en la vitrina están en las bases de datos gubernamentales, en la Figura 18 se puede ver que 54 de ellos no presentan ninguna documentación.

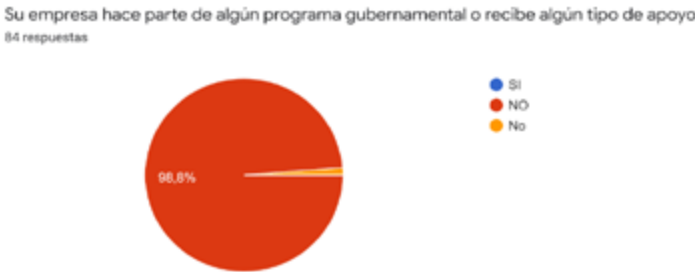
Figura 18. Documentación legal



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

En la Figura 19, se establece que a pesar que la ley de emprendimiento y de prosperidad económica data del año 2020, ninguno de estos emprendedores están vinculados a programas de apoyo gubernamental.

Figura 19. Vínculo a programas de apoyo gubernamental

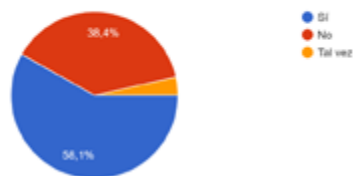


Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Como factor de motivación para que los clientes, especialmente los estudiantes de UNIMINUTO, adquieran productos y servicios a través de la vitrina, los emprendedores están en condiciones de ofrecer descuentos y beneficios a sus clientes como lo muestra la Figura 20.

Figura 20. Voluntad de conceder descuentos

Ofrecerías algún tipo de descuento o promoción a estudiantes, graduado o miembro de alguna universidad
86 respuestas



Fuente. Elaboración propia a partir de datos de la Vitrina Virtual (2021).

Conclusiones

Gracias a este proyecto se ha logrado impulsar a 86 negocios pertenecientes a comerciantes emprendedores de nuestro departamento del Tolima, siendo pioneros los estudiantes y graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena medio. La Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ ha sido publicada en diferentes redes sociales y páginas personales permitiendo que los negocios de los emprendedores sean conocidos por mayor cantidad de potenciales clientes y por supuesto aumentar sus ventas.

Adicionalmente, la comunidad en general se ha visto beneficiada ya que no tienen que exponerse ante el COVID-19 para adquirir los productos y servicios que necesitan, estos los pueden comprar y recibir en su propia casa, ya que la mayoría de emprendedores ofrecen servicio a domicilio.

Se están adelantando las gestiones necesarias para que la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ haga parte de la Agenda Regional I+D+i, lo cual es un instrumento de planeación que articula y focaliza a largo plazo los esfuerzos de comunidades, empresas y gobierno para contribuir con el desarrollo integral sostenible de los emprendedores, así mismo para ser incluidos en los diferentes proyectos relacionados con la nueva ley de emprendimiento del país.

Referencias

Anónimo. (25 de noviembre de 2018). *7 tipos de comercio electrónico que se resaltan en el mercado actual*. Rockcontent [blog]. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-comercio-electronico/>

Antevenio, (15 de Febrero de 2019). *E-commerce B2B: Estrategias que garantizan éxito*. Obtenido de <https://www.antevenio.com/blog/2019/02/e-commerce-b2b/>

Carrión, J.(2016). *Estrategia de la visión a la acción*. Esic Editorial. Madrid, España. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=8_PwloGOa6QC&lpg=PP1&hl=es&pg=PA4#v=onepage&q&f=false

ecommerce platforms. (s.f.). *¿Qué es B2B?*. Obtenido de <https://ecommerce-platforms.com/es/glossary/what-is-b2b>

Grupo Conlusetec S.A. (s.f.). *Comercios electrónicos*. Obtenido de <https://conlusetec.net/productos-servicios/diseno-web/comercios-electronicos/>

Higuerey, E. (01 de junio de 2019). *Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y cuáles son sus ventajas*. Rockcontent [blog]. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>

Ley 527 de 1999. *Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones*. 21 de agosto de 1999.

Ley 633 de 2000. *Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y*

se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial. 29 de diciembre de 2000.

Ley 1480 de 2011. *Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*. 12 de abril de 2011.

Ley 2069 de 2020. *Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*. 31 de diciembre de 2020.

Kotler, P. y Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos de marketing*. 6a edición. Editorial Pearson Prentice Hall. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&lpg=PR1&hl=es&pg=PR1#v=onepage&q=c2c&f=false

Next ecommerce (26 de marzo de 2019). *El eCommerce B2B ya no es un experimento*. Obtenido de <https://next-ecommerce.com/blog/el-ecommerce-b2b-ya-no-es-un-experimento>

Marketing Electrónico. (29 de septiembre de 2017). *Modelos de negocio de la economía digital*. Recuperado el 23 de marzo de 2020 de <https://marketingelectronicoblog.wordpress.com/2017/09/29/b2g/>

Seoane, E. (2016). *La Nueva Era Del Comercio: El Comercio Electrónico*. Editorial ideas propias, España. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=evLz521ZVmAC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

Villa, A. M., Ramirez, K.P. y Tavera, J. F. (2015). *Antecedentes de la intención de uso de los sitios web de compras colectivas*. Revista Escuela de Ingeniería de Antioquia [EIA]. (24), p.55. ISSN 1794-1237.

Caracterización de los Factores de Vulnerabilidad de los Alumnos de Contaduría pública de la Vicerrectoría Regional Llanos

Dumar Fredy Álvarez Hernández. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: dumar.alvarez@uniminuto.edu

Dary Yamith Ángel Cruz. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Programa de Contaduría Pública.
Correo: dary.angel.c@uniminuto.edu

Resumen

En los principios de la corporación universitaria Uniminuto, está plasmado la oferta de programas académicos incluyentes, flexibles y de alta calidad, inspirados en los principios eudistas de crecimiento integral de profesionales altamente competitivos y con un gran sentido de su responsabilidad social. Dentro de este marco surgen numerosas preguntas con una población de alumnos superior a los 6.200, y en referencia al programa de contaduría pública de 1.200 alumnos, surgen las inquietudes que conocemos de nuestros alumnos, y nos encontramos, frente a una encuesta básica del primer semestre, solo

Abstract

There are multiple factors that can affect the educational community, both external and internal factors, UNIMINUTO has institutional policies to identify some of these circumstances, such as the early warning program, or academic support, these data are consolidated in the Banner platform, these data become important inputs for the university welfare unit, but the coordination of each program must support this process by identifying the social and academic factors that affect the accounting program in the Llanos regional vice-rectory.

hay datos básicos de los alumnos que en su mayoría están desactualizados, datos como teléfonos, dirección, situación laboral, familiar, incluso problemas académicos.

En este marco de condiciones surge esta investigación con el apoyo de algunos alumnos del programa, en el cual se pretende identificar los factores internos y externos de la Universidad que afectan en forma negativa el desempeño del alumno, en su proyecto educativo, en esta primera aproximación a los múltiples factores que afectan el proceso educativo, el cual tiene características particulares según la Región del país, de acuerdo con el entorno en particular y a su dinámica social, así como el nivel de oferta educativa, fuentes de empleo, infraestructura vial y de acceso a internet de banda ancha.

Palabras clave

Deserción, Ausentismo, Vulnerabilidad, La Pobreza como factor de vulnerabilidad, Políticas de Bienestar Universitario

We are faced with a few data of some variables, which do not allow us to identify with certainty which social or academic factors affect the public accounting students, this highlights the need to make a first approach to the subject to really document which of these variables are really factors that affect our student community.

Abstract

Desertion, absenteeism, vulnerability, poverty as a factor of vulnerability, university wellness policies

Introducción

En desarrollo de los objetivos misionales de la universidad, debemos mencionar la Inclusión de los alumnos menos favorecidos como uno de los más importantes en concordancia con la orientación social de la universidad, que propone una educación integral, flexible y de alta calidad para todos. Le corresponde a la coordinación del programa realizar proyectos de Investigación que identifiquen los factores de vulnerabilidad que afectan al conjunto de alumnos en sus aspectos social, económico y de formación académica - A Giddens: la educación en 1750: el Caso de Jean Paul -.

Se pretende identificar los factores internos y externos de la Universidad que afectan en forma negativa el desempeño del alumno en su proyecto educativo, todo en una primera aproximación a los múltiples factores que afectan el proceso educativo, el cual tiene características particulares según la región del país, de acuerdo con el entorno en particular y a su dinámica social, mencionando factores como el nivel de oferta educativa, fuentes de empleo, infraestructura vial y de acceso a internet de banda ancha.

Situaciones como los problemas estructurales del sistema educativo colombiano, que involucra una baja calidad en los procesos educativos en los niveles de Básica primaria y Media que luego se ven reflejados en los procesos universitarios, la no planeación de la oferta educativa y la distancia entre la academia y el sector real de la economía, son algunos de los problemas conocidos.

De igual manera debemos considerar los factores económicos generados por una reciente inserción al proceso de globalización del mercado de los bienes y servicios, que si bien se iniciaron en la década del 2000, los impactos reales no se han considerado en toda su dimensión, considerando la desaparición de las industrias incipientes de la economía colombiana como las fábricas de calzado en las ciudades de Bucaramanga, Cali, Bogotá y los talleres de vestuario, todos cerrados por la triangulación de importaciones de China.

El sector agroindustrial no goza de mejor suerte, al triangular el ingreso de arroz de Ecuador produjo una reducción del sector molinero, el sector de los

cultivadores de palma aceitera y su competencia tailandesa, estas reducciones en la participación de la industria local se ven reflejados, en el número de plazas perdidas de forma directa que generaban estas compañías.

La vulnerabilidad es un concepto dinámico que implica un proceso en el tiempo, una cadena de acontecimientos. La “vulnerabilidad” será entendida entonces, como el grado en el cual un sistema o una población resultan o pueden resultar perjudicados o deteriorados como consecuencia de un estímulo o *shock* 5 (Turner, 2003).

Este concepto implica tres dimensiones (Heitzmann et al., 2002):

1. La necesidad de establecer qué determinará que un suceso sea definido como negativo: ¿Cuál es el enfoque sobre el cual se evaluarán los cambios? Y, por consiguiente, que se considerara, como un resultado que perjudicó el sistema o lo deterioró después del shock?

2. Los determinantes de la vulnerabilidad: ¿Qué factores determinan que un sistema resulte o pueda ser perjudicado luego de un shock?

3. Las formas de medición e identificación de sistemas y/o poblaciones vulnerables: ¿Cómo identificar si un sistema es vulnerable o no y en qué grado? Es decir, ¿cómo establecer la probabilidad de que un sistema llegue a una situación en la cual resulte perjudicado?

En este sentido, en el marco de este estudio es necesario acotar el concepto de vulnerabilidad definiendo el enfoque que se utilizará para considerar un suceso como negativo y presentar un marco de análisis para las dimensiones antes mencionadas.

Para efectos de este trabajo, la vulnerabilidad será definida como el grado en el cual un hogar o individuo sufre o puede sufrir de uno o más episodios de pobreza o la persistencia de esta, como consecuencia de un estímulo o *shock*.

La pobreza será entendida como aquella que ocurre cuando una persona experimenta una privación fundamental, es decir la carencia de las capacidades básicas o esenciales para su bienestar (CPRC 2004-05; p. 5).

La vulnerabilidad permite analizar una dimensión de la experiencia de la pobreza que puede perderse en

los análisis de los indicadores ex post. No obstante, es importante aclarar que la relación entre pobreza y vulnerabilidad no se agota en que esta última sea concebida como una de las dimensiones de la pobreza, sino también uno de sus síntomas y una de sus causas. Esto sucede porque la existencia de riesgos y de *shocks* tiene importantes implicaciones en las condiciones de vida de las personas.

También se pueden mencionar las dificultades generadas, por programas curriculares que no se ajustan a las expectativas y necesidades de los futuros profesionales, ya que están unidos a lentos procesos administrativos que no se ajustan a la dinámica de los cambios generados por los procesos de Integración de un mercado global que afectan de forma directa el ejercicio de la profesión, entre ellos las normas Internacionales, el manejo de las TIC.

Estas y otras circunstancias pueden influir en el proceso educativo y su correcta identificación y facilitará la toma de acciones del programa de Contaduría Pública y de Bienestar Universitario para desarrollar programas de apoyo y acompañamiento que faciliten un entorno educativo apropiado para la generación de competencias.

Metodología

Este trabajo de investigación, es descriptivo cuantitativo, con un énfasis en determinar el peso de las variables que afectan el proceso académico de los alumnos del programa de contaduría pública de la vicerrectoría regional llanos. Para ello se estableció un encuesta que se aplicó a más de 200 alumnos de diferentes semestres del programa.

Las encuestas se realizaron y se hizo una tabulación de las respuestas por semestres. Este documento presenta el tipo de investigación, hipótesis, población, muestra y las diferentes técnicas de recolección utilizadas para el desarrollo de la investigación.

Tabla 1. Orden de la investigación.

Título 1	Introducción y planteamiento del problema
Título 2	Objetivo general y específicos
Título 3	Marco Teórico
Título 4	Metodología de la Investigación
Título 5	Planteamiento de la encuesta
Título 6	Conclusiones

Fuente. Elaboración propia.

Resultados

Sexo de los alumnos activos de contaduría Pública.

Si bien es cierto que en los primeros semestres el porcentaje de alumnos en contaduría es muy similar en el noveno semestre se presenta, estas diferencias.

En cuanto a la ciudad de residencia, nos encontramos que la mayoría de los alumnos cursando estudios residen así: el 67% en la ciudad de Villavicencio, 13% en Cumaral, 3% en Acacias y 10% en Restrepo.

Para el estado civil de los alumnos de contaduría pública, nos encontramos frente a un 43% Solteros, 12% casados, 42% en unión libre y 4% divorciados.

Los alumnos de contaduría pública se identifican con los siguientes grupos étnicos. 63% Raizales, 33% mestizos, 4% afrocolombianos.

Número de Integrantes de la familia, con seis integrantes el 15%, con cinco integrantes 12%, con cuatro Integrantes el 31%, con tres integrantes, el 19%, con dos integrantes, el 23% y con un integrante el 12%.

En cuanto a la vivienda de los alumnos, viven el 54% en casas arrendadas, 31% en la casa familiar, y solo el 15% en casa propia.

Nivel del Ingreso Familiar, de 1 a 3 Salarios mínimos el 53% y más de 4 Salarios Mínimos el 47%.

Cuestionados sobre los periodos de tiempo sin empleo, "paro forzoso" nos encontramos con los siguientes datos, el 56% de los alumnos duro sin empleo de 1 a seis meses, y el 44% de 7 a 12 meses.

Los alumnos de contaduría pública han solicitado ayuda de Bienestar universitario por razones económicas, el 42%, Académicas el 43% y 12% espiritual.

Situaciones que influyen en la interrupción del proyecto educativo. Los alumnos indicaron que en el desempleo en el 50%, de padre o madre de Familia el 31%, dificultades académicas el 12%, Sin crédito educativo el 4%, Dificultades académicas el 4%.

Conclusiones

La mayoría de los alumnos de contaduría pública residen en la ciudad de Villavicencio en un promedio de 68%. Otras ciudades que aportan alumnos, son Restrepo, Cumaral, Acacias. La vivienda donde residen los alumnos en un promedio del 50% es arrendada, y el 31% familiar.

Los grupos familiares de los alumnos, siguen siendo numerosos y esto genera compromisos económicos por parte de los alumnos, ante unos ingresos limitados de la familia, que en un 53% no superan los tres salarios mínimos.

Los tiempos de desempleo “paro forzoso” de los alumnos, en su mayoría superan los seis meses e implica una limitante para continuar con su proyecto educativo. Finalmente se identifican las principales causas de para en el proyecto educativo de los alumnos, entre los cuales tenemos, Desempleo el 50%, ser padre o madre el 31% , dificultades académicas el 12%, y sin crédito académico el 4%.

Estas situaciones son abordadas por los programas de Apoyo del Bienestar universitario, pero los datos por semestre pueden facilitar el dirigir las actividades a determinados semestres.

Referencias

Fonseca & Garcia (2016) Permanencia y abandono de estudios en estudiantes universitarios: un análisis desde la teoría organizacional, *Revista de la Educación Superior*, vol. XLV(3), núm. 179, julio-septiembre, 2016, pp. 25- 39

Oliva & Villa (2014) Hacia un concepto interdisciplinario de la familia en la globalización, *Rev. Justicia Juris*, ISSN 1692-8571, Vol. 10. N° 1. Enero - junio de 2014 Pág. 11-20.

Proyecto Educativo Institucional, (2011) UNIMINUTO

Suarez & Díaz (2015) Estrés académico, deserción y estrategias de retención de estudiantes en la educación superior. *Rev. salud pública* [online]. 2015, vol.17, n.2, pp.300- 313. ISSN 0124-0064. <https://doi.org/10.15446/rsap.v17n2.52891>.

Velásquez & Gonzáles (2017) Factores asociados a la permanencia de estudiantes universitarios: caso UAMM-UAT. *Rev. educ. sup* [online]. 2017, vol.46, n.184, pp.117-138. ISSN 0185-2760. <https://doi.org/10.1016/j.resu.2017.11.003>.

Diseño de un Plan Estratégico de Educación Financiera en Redes Sociales Facebook e Instagram para la Población Juvenil

Efraín Enrique Granados Perdomo. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Administración Financiera. **Correo:** efrain.granados@uniminuto.edu

Zulma Yaneth Acosta Barrios. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Administración Financiera **Correo:** zacostabarr@uniminuto.edu.co

Resumen

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la difusión de contenidos en diferentes ámbitos de la vida cotidiana, generando un gran impacto en todos los rangos de edad, en especial en los jóvenes universitarios quienes son los que tienen contacto directo con estas plataformas de interacción social. Desde este punto de vista, Facebook e Instagram son dos opciones esenciales para la expansión del conocimiento hacia diferentes lugares del mundo.

Las redes sociales en combinación con la educación financiera se pueden llegar a convertir en un pilar

Jessica Johanna Ortiz Murillo. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Administración Financiera. **Correo:** jortizmuril@uniminuto.edu.co

Abstract

Social networks have become a fundamental tool for the dissemination of content in different areas of daily life, generating a great impact in all age ranges, especially in young university students who are those who have direct contact with these platforms of social interaction; From this point of view, Facebook and Instagram are two essential options for the expansion of knowledge to different parts of the world.

Social networks in combination with financial education can become a very important pillar to improve the country's economy from home, strengthening knowledge in the efficient use of financial resources

muy importante para mejorar la economía del país desde casa, fortaleciendo los conocimientos en el uso eficiente de los recursos financieros en el ámbito personal y familiar y a mediano plazo ver resultados positivos de forma directa e indirecta en la macroeconomía de Colombia.

Palabras clave

Red Social, Impacto, Educación Financiera

in the personal and family sphere and in the medium term see results Directly and indirectly positive in Colombia's macroeconomy.

Keywords

Social Network, Impact, Financial Education

Introducción

El tema de educación financiera ha tomado gran relevancia a lo largo de los años debido a su importancia en la toma de decisiones de las personas y su influencia a nivel macroeconómico en el país, por ello es fundamental que desde la juventud se pueda aprender conceptos que ayudan al adecuado manejo de ingresos y egresos personales y más aún con la facilidad de acceso de las redes sociales, un medio de comunicación con alcance a nivel mundial usado a diario.

Según un estudio realizado por Comscore (2020), las redes sociales alcanzan más del 80% de la población en Latinoamérica, lo que la hace una excelente plataforma para difundir saberes útiles para inculcar en la mayoría de jóvenes una cultura de ahorro y buen control de las finanzas personales y por ende mejorando la calidad de vida en muchas familias e incrementando el PIB del país, gracias a la adecuada toma de decisiones y la capacidad para reaccionar frente a gastos e imprevistos mediante el ahorro y la eliminación de los llamados gastos hormiga.

Ante los problemas desencadenados por la Pandemia del Covid-19 en el ámbito social, económico y

ambiental, se hace necesario implementar un plan estratégico de educación financiera enfocado a los jóvenes que le permita tener los saberes necesarios para afrontar las situaciones económicas presentes y futuras con el fin de maximizar las utilidades en las empresas y las finanzas personales, para ello una herramienta bastante útil y de gran alcance son las redes sociales (Facebook e Instagram), plataformas digitales que permiten difundir e interactuar con individuos a nivel mundial y por ende mejorar la calidad de vida de las personas.

Planteamiento del Problema

La educación Financiera en todos los niveles ha sufrido grandes cambios a lo largo de los años, adaptándose a las necesidades de la población con el fin de proporcionar una estabilidad económica para los ciudadanos, teniendo en cuenta los egresos mensuales así como los ingresos mismos, lo anterior tomando como referencia las grandes dificultades que se presentan en Colombia para realizar un ahorro programado, ya que no se cuenta con políticas públicas

que permitan mejorar los ingresos de las personas y una gran parte de la población se encuentra recibiendo un salario mínimo que no permite solventar las necesidades básicas de la población.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que, aunque la educación financiera es un tema vital para la vida de las personas, es poco el conocimiento adecuado acerca de ello y de las finanzas personales. Hoy en día los niños y jóvenes deberían tener mayor contacto con este tipo de saberes con el fin de poder generar un hábito de ahorro y correcto manejo de ingresos y egresos.

Así como es de importante inculcar conocimientos de educación financiera, no se puede desconocer la relevancia que ha tomado las redes sociales en la vida cotidiana en especial para los jóvenes quienes ven en estas plataformas una oportunidad de interacción mayor con el entorno internacional, facilitando aprender más cosas sin que la distancia sea un impedimento.

Por lo anterior, se pudo percibir en las redes sociales (Instagram y Facebook) una plataforma de fácil acceso,

sencilla y comprensible para muchas personas, lo que la convierte en aplicaciones en donde además de entretener a la sociedad, puede cumplir cierta función educadora proporcionando tips y saberes encaminados a generar conciencia de ahorro y un uso adecuado de las finanzas personales y empresariales.

En la actualidad Facebook e Instagram han tomado mayor fuerza llegando a una mayor población en Latinoamérica y convirtiéndolas en plataformas de gran importancia debido a su alcance y accesibilidad, de este modo se busca exponer a la población juvenil información que es de gran utilidad para el manejo personal de sus recursos y a mediano plazo mejorar el nivel socioeconómico de los ciudadanos.

Formulación del Problema

¿Cómo concienciar a los jóvenes sobre la educación financiera a través del uso de las redes sociales Facebook e Instagram?

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar un plan estratégico de educación financiera en redes sociales Facebook e Instagram para la población juvenil.

Objetivos Específicos:

- Identificar los temas de interés para los jóvenes sobre educación financiera.
- Distinguir las prácticas financieras en los jóvenes.
- Determinar la frecuencia de uso de las redes sociales (Facebook e Instagram).

Justificación

Actualmente, es fundamental tener en cuenta que el manejo de las finanzas personales influye directamente en la calidad de vida de las personas, de manera que tener los conocimientos previos para un correcto uso de los ingresos y egresos así como la toma de decisiones en cuanto a la compra de bienes y productos

se convierte en acciones esenciales para mejorar el desarrollo económico y personal de las familias en general, para este fin, el uso de las redes sociales, Facebook e Instagram, es muy útil debido al gran alcance que tiene en Latinoamérica y a nivel mundial, así como la facilidad de acceso a las mismas desde distintos dispositivos móviles y puntos de acceso.

Por otra parte es importante tener en cuenta el panorama actual por el que está pasando el mundo, en donde se percibe una crisis económica, social y ambiental en muchos lugares a nivel internacional, debido al desempleo y el cierre de miles de empresas que aportaban al desarrollo nacional, ocasionando mayores índices de desocupación así como un déficit financiero en miles de familias que no estaban preparadas para afrontar situaciones adversas por no tener una cultura de ahorro y control del dinero.

Para esta investigación se hará uso de encuestas a jóvenes entre los 18 y 40 años de edad, en donde se logre evidenciar el frecuente uso de las redes sociales y el manejo que le da a las finanzas personales y así poder determinar el impacto que se podría llegar a generar desde un plan estratégico de educación financiera en redes sociales Facebook e Instagram.

Antecedentes

El estudio adelantado por Sara Jiménez y Cristhian Jiménez de la Universidad EAN, llamado “El impacto de las redes sociales en la función consumo” (2013), expone que las redes sociales se vienen dando por una función de utilidad que se ajusta de acuerdo a preferencias y necesidades del consumismo, igualmente menciona que hoy en día el mercado presenta nuevas condiciones las cuales son influenciadas por millones de agentes en las redes sociales, indicando la importancia de dichos mecanismos en el consumismo diario.

Por otro lado, la investigación realizada en OIKONOMICS Revista de los estudios de economía y empresa denominada “Redes sociales, Economía y Empresa” (Oriol, 2014), menciona cómo las redes sociales inciden en la economía y cómo dicha economía se vale de diferentes medios de comunicación virtual para conseguir su fin, afectando drásticamente la economía de los usuarios y consumidores.

En su tesis doctoral “Impacto de las redes sociales y las tecnologías Smart sobre la actividad económica y empresarial” (2017), Castro hace alusión a que

las redes sociales permiten que las personas permanezcan interconectadas en cadenas de conexión complejas; así se evidencia el grado de difusión que tienen la emisión de mensajes en las redes sociales y la importancia de esos mensajes para la comunicación de ideas y la transferencia de conocimiento. A lo que se entiende que las redes sociales tienen gran acogida en la actualidad, lo que las hace atractivas y a la vez peligrosas para los consumidores que no las manejen con precaución.

Marco Teórico

La educación Financiera es un tema muy importante en la vida de las personas, ya que esta permite un correcto uso de los recursos financieros a nivel personal e incluso empresarial, por ello se hace fundamental que desde jóvenes se pueda empezar a adquirir estos conceptos que permitan administrar de manera adecuada los ingresos y egresos, teniendo como base un ahorro para la compra de bienes y servicios o gastos de emergencia.

Por otra parte, las redes sociales se han convertido en un aliado para la difusión de distintos contenidos de interés y educativos para todo tipo de población, aún más en esta época de Pandemia por el covid-19.

Según Traverso (2010), concibe “las redes sociales como espacio de intercambio de información y generación de relaciones que cobran cada vez mayor relevancia.”, un espacio creado en el 2002 con la aplicación de Friendster y luego en el 2003 con la llegada de MySpace. Así mismo afirma que las redes sociales tienen el innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal, ya que permiten al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación. También destaca que las redes sociales como Facebook permiten una gestión eficiente cuando se trata de un gran número de participantes, incluso cuanto mayor sea el número de miembros de una red social, mayor será la productividad.

Por otra parte, Celaya (2008) afirma que “las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, así como destaca que el

“Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y servicios. No hay que olvidar que las nuevas generaciones de consumidores identifican a una compañía y su marca según su experiencia en la web”, conceptos que son relevantes en el proceso de la utilización de redes sociales como medio para difundir prácticas positivas de educación financiera.

Al respecto, Boyd y Ellison (2007), definen la red social como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado y articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión. Por lo anterior, se puede percibir que una de las principales funciones de las redes sociales es el de generar comunicación entre varios individuos sin importar la distancia, por ello se convierte en una fuente primordial a la hora de generar información sobre temas de educación financiera teniendo en cuenta el gran alcance que tiene a nivel internacional.

Por otra parte, la educación financiera es parte fundamental del día a día de las personas ya que ésta concibe herramientas necesarias para llevar a cabo un correcto uso de las finanzas personales e incluso

empresariales, dando como resultado una mejor calidad en las familias, así como el alcance de metas y propósitos a nivel personal. De igual forma estos conocimientos, permitirán al individuo poder identificar factores de riesgo. beneficio a la hora de adquirir bienes y servicios nuevos y de esta manera poder elegir la mejor opción de acuerdo a las necesidades.

Para Bhavani (2008) “la educación financiera es la herramienta más útil para evitar una sociedad débil en el futuro. La educación financiera de los niños no se puede considerar un gasto, todo lo contrario, es la mejor inversión y sus dividendos serán una sociedad con mejor equilibrio de riqueza. Al respecto, se puede evidenciar la importancia que tiene brindar las bases necesarias en cuanto a la educación financiera, incluso desde niños para así poder contar a futuro con individuos con menos déficit financieros, reduciendo los índices de endeudamiento e incluso de pobreza a nivel nacional.

De igual forma Lember (2015) afirma que:

“La educación financiera es el proceso mediante el cual adquirimos conocimientos, habilidades, y capacidades que nos permiten tomar mejores

decisiones en cuanto al manejo de nuestros recursos, hacer juicios informados y asesorarnos adecuadamente para maximizar el rendimiento de nuestro dinero. también nos ayuda a mantener finanzas sanas, enseñándonos a administrar nuestros ingresos y a gastar mejor, a construir los medios para hacer frente a imprevistos, a formar un patrimonio y cumplir metas de vida”.

Por lo anterior ,adquirir conocimientos acerca de finanzas y economía en general, permite a los individuos poder tomar decisiones de una forma más acertada de manera que genere cambios positivos a nivel personal, familiar, social y una proyección de futuro en donde los jóvenes puedan cumplir sus metas y propósitos, por ello se busca utilizar las redes sociales Facebook e Instagram como medio para difundir de manera interactiva y dinámica saberes que puedan llegar cambiar la forma de pensar respecto al manejo del dinero en los jóvenes, así como concientizar a los mismos acerca del correcto manejo de ingresos y egresos personales, familiares e incluso empresariales.

Marco Conceptual

Para la presente investigación se presentan algunos conceptos importantes que merecen ser especificados para el desarrollo de la misma.

Finanzas: Área de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el coste del capital (El economista, 2021).

Ahorros: Dinero ahorrado o guardado para un uso futuro (Real Academia Española, 2019).

Educación: Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes (Real Academia Española, 2019).

Redes Sociales: Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común, permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información (Raffino).

Presupuesto: Cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana (Real Academia Española, 2019).

Gastos: Cantidad que se ha gastado o se gasta (Real Academia Española, 2019).

Ingresos: Caudal que entra en poder de alguien, y que le es de cargo en las cuentas (Real Academia Española, 2019).

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos (Real Academia Española, 2019).

Dinero: El dinero es un tipo de activo o de bien que es aceptado dentro de una comunidad como medio de pago para sus intercambios económicos y comerciales. Estos activos o bienes sirven como unidad de cuenta y depósito de valor (Raffino).

Metodología

El objetivo de la investigación está centrado principalmente en el diseño de un plan estratégico de educación financiera para redes sociales Facebook e Instagram, por ende, se utilizará una investigación con enfoque mixto ya que se contará con la recolección de información de tipo cualitativo y cuantitativo.

Según Creswell (2009, p. 18) el método mixto de investigación es:

“El investigador basa la indagación sobre el supuesto de que la recogida de diversos tipos de datos proporciona una mejor comprensión del problema de investigación. El estudio comienza con una amplia encuesta con el fin de generalizar los resultados a una población y después, en una segunda fase, se centra en entrevistas abiertas y cualitativas para conocer los puntos de vista detallados de los participantes”.

Por lo anterior se va proceder a aplicar una encuesta en donde se logre evidenciar el nivel de conocimientos acerca de conceptos sobre finanzas y economía, así como su frecuencia en el uso de las redes sociales (Facebook e Instagram) con el fin de establecer el

impacto que se generará la difusión de contenido en estas redes sociales y así poder diseñar un adecuado plan estratégico de contenido de acuerdo a los intereses y gustos de los jóvenes e implementando conceptos de finanzas.

Participantes e instrumentos

En la presente investigación se realizará una encuesta a una muestra de la población juvenil de Ibagué entre los 18 a 30 años de edad en donde se pueda evidenciar el nivel de conocimiento sobre finanzas y economía en general, así como la frecuencia de uso e interacción por las redes sociales (Facebook e Instagram).

Análisis de Datos

Durante la realización del proyecto se pudo identificar como las personas tienen vacíos de conocimientos en cuanto al manejo de las finanzas personales, familiares e incluso a nivel empresarial, ya que no cuentan con los saberes necesarios para poder generar un presupuesto mensual adecuado, así como un eficiente manejo de los recursos económicos ocasionando que inviertan en temas que no le van a

generar rentabilidad ni beneficio alguno y por ende, ocasionando pérdidas para las personas.

Así mismo es importante tener en cuenta que la mayoría de las familias encuestadas son de estrato dos, personas que se caracterizan por tener microempresas desde los mismos sitios de vivienda debido a no tener un trabajo estable que le brinden unos ingresos mensuales fijos, por ello recurren al llamado emprendimiento, lamentablemente sin ningún tipo de conocimiento al respecto llevándolos a cometer errores. Esta población en su mayoría está conformada por jóvenes mayores de 18 años y menores de 40 años de edad.

Es importante tener en cuenta que la OCDE, en el documento “La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación Actual y Perspectivas”, afirma que cuando se desarrolla una cultura financiera, los consumidores/inversionistas mejoran su comprensión de los conceptos y productos financieros y, a través de la información, la instrucción y la propaganda, desarrollan las habilidades y confianza para volverse más conscientes de las oportunidades y los riesgos financieros, para tomar decisiones informadas, para saber dónde acudir cuando se necesite ayuda y para

realizar acciones efectivas que mejoren su bienestar financiero (García, Grifoni, López y Mejía, 2013).

De acuerdo con lo anterior, es importante que los individuos tengan conocimientos básicos en educación financiera, así como su relación e influencia entre los distintos factores microeconómicos y macroeconómicos que de alguna u otra manera llegan a perjudicar o favorecer a las familias.

Luego de identificar las principales problemáticas en los jóvenes y su influencia en las redes sociales, se procedió a formular una encuesta en donde se pudo especificar con exactitud el estrato social al que pertenecen, así como sus prácticas en el ámbito financiero, lo cual nos arroja resultados positivos para el proyecto. Por lo anterior se le aplica la encuesta a un total de 150 estudiantes de UNIMINUTO, sede Ibagué, con el fin de establecer el impacto en una población juvenil que día se enfrenta a problemas económicos, así como su gusto por la navegación en redes sociales como Facebook e Instagram.

La investigación se realizó de tipo no experimental y de corte transversal ya que no hubo manipulación de ningún tipo de variable tal como lo afirma Hernández, Fernández y Baptista, (2010), “la investigación

no experimental implica estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos". No obstante, está se enmarco dentro de la emergencia sanitaria del COVID-19, por ende, se realizaron las encuestas de forma virtual mediante un formulario de Google a 150 estudiantes de Uniminuto Ibagué, obteniendo los resultados que se presentan a continuación.

Gráfica 1. Estrato socioeconómico

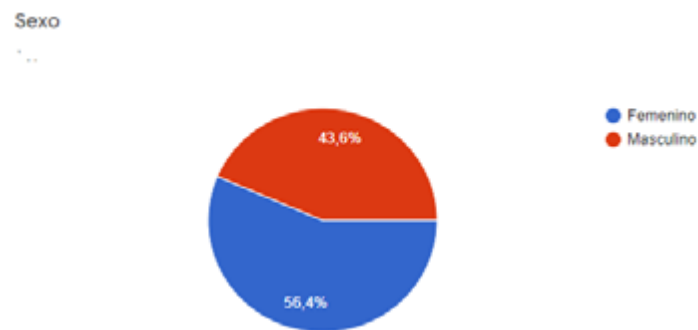


Fuente. Elaboración propia.

En Ibagué predomina el estrato 2, personas que si bien es cierto no tienen todos los lujos, pueden satisfacer las necesidades básicas en su gran mayoría,

para este caso, esa población la representa un 69,2% del total de los encuestados, seguido del estrato tres con un 22,5 % de todo, por ende, podemos percibir que la mayoría de estudiantes de UNIMINUTO Ibagué pertenecen al estrato 2.

Gráfica 2. Sexo

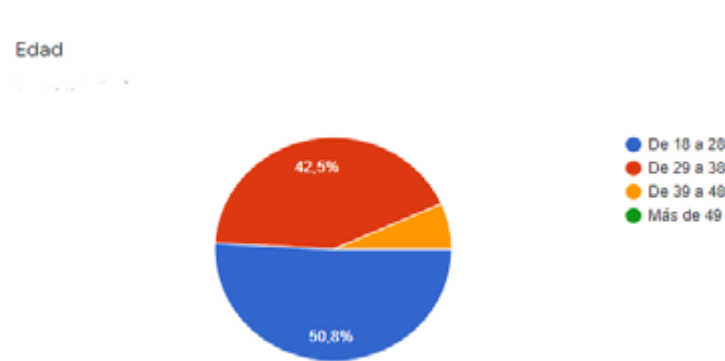


Fuente. Elaboración propia.

En cuanto al género, un 56,4% de los encuestados pertenecen al género femenino mientras un 43,6% son de género masculino. Es importante tener en cuenta que esta investigación está enmarcada dentro de los lineamientos descritos por Tinoco (2018), quien genera unos criterios de inclusión que son determinados por la misma pregunta de la investigación y está

dentro de la población diario u objeto de estudio, según él, estos pueden ser globales o generales.

Gráfica 3. Edad

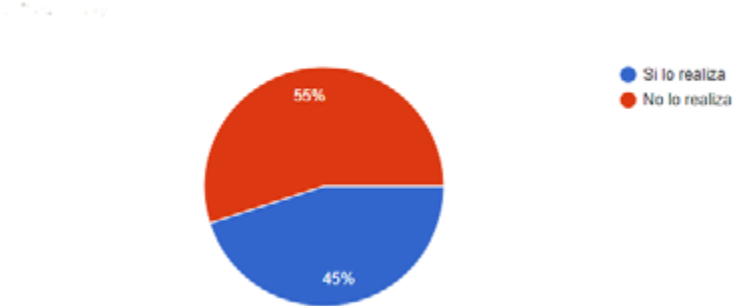


Fuente. Elaboración propia.

En el aspecto de la edad podemos percibir que el rango de edad predominante son los jóvenes entre los 18 a 28 años de edad con un 50,8%, quienes están en su edad productiva y son ellos los que van al campo laboral a buscar un empleo o pensar en otras opciones que puedan ayudar a cubrir los gastos mensuales. Seguida a esta edad están las personas entre 29 a 38 años de edad, aquellas personas que de alguna u otra manera están dedicadas a ser microempresarios o empleados en alguna empresa.

Gráfica 4. Presupuesto mensual

Realiza usted un presupuesto mensual?

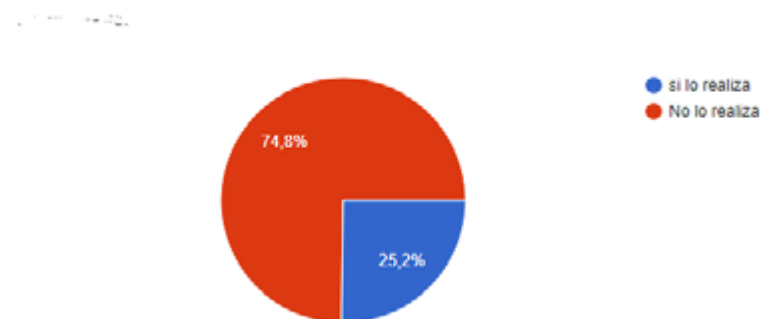


Fuente. Elaboración propia.

Uno de los aspectos más importantes de la encuesta fue saber que tanto aplicaban los jóvenes los conocimientos financieros en la elaboración de un presupuesto mensual, arrojando como resultado que el 55% de ellos no lo realiza, seguido de un 45% que sí lo realizó, para lo cual hace entender que existen problemas financieros en esos hogares debido a que no realizan un control de los ingresos y egresos mensuales, obstaculizando un eficiente uso del dinero tanto personal como familiar.

Gráfica 5. Ahorro de emergencia

Realiza usted un ahorro mensual para gastos de emergencia

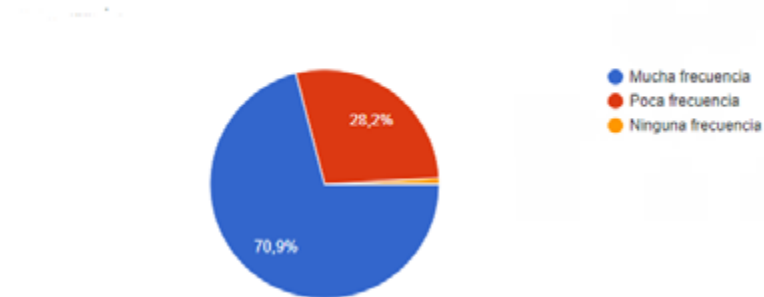


Fuente. Elaboración propia.

En el ámbito de los gastos de emergencia, la situación no varía en gran proporción, ya que el 74,8% de los encuestados no tienen un ahorro para este tema que se puede presentar en cualquier momento de la vida, mientras que el 25,2% si lo realiza; hay que tener en cuenta que aunque este ahorro no sea tan llamativo es primordial para evitar deudas en un futuro debido a situaciones imprevistas que requerirán una gran suma de dinero, la cual no tendrán de manera inmediata y obligará a las personas a recurrir a recursos no tan beneficiosos para las finanzas personales.

Gráfica 6. Frecuencia del uso de las redes sociales

Con qué frecuencia usa las redes sociales Facebook e Instagram?



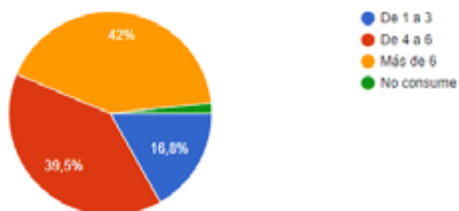
Fuente. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el auge de los redes sociales (Facebook e Instagram) para este caso, el 70,9% de los jóvenes encuestados usa de manera frecuente las redes sociales, seguido de un 28,2% de las personas que la usan con poca frecuencia, dejando ver que hoy en día estas plataformas tienen una gran relevancia para la sociedad, teniendo incluso cierto influencia en algunas acciones, es por ello que desde estas herramientas se quiere dar a conocer algunos conocimientos básicos sobre la educación financiera.

Gráfica 7. Horas que se consumen redes sociales

Aproximadamente cuantas horas consume en redes sociales diariamente?

UNIMINUTO



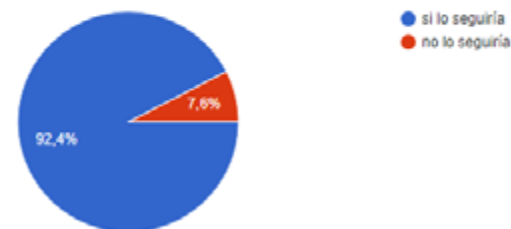
Fuente. Elaboración propia.

Sin duda alguna las redes sociales han llegado para quedarse y más en estos tiempos de pandemia y confinamiento donde es necesario estar más tiempo en casa, es por ello que un 42% de los estudiantes de UNIMINUTO consumen más de 6 horas al día de redes sociales lo que para este proyecto es indispensable por la forma en que se pretende abordar a la comunidad estudiantil, así mismo un 39,5% consume estas plataformas de 4 a 6 horas diarias lo que permitiría que dedicaran unos minutos a la navegación de dichas herramientas de interés financiero.

Gráfica 8. Aplicativos sugeridos por la universidad

Si la universidad le sugiriera un aplicativo de educación financiera lo seguiría?

UNIMINUTO



Fuente. Elaboración propia.

Como se evidencia en la gráfica anterior un 92,4% de los estudiantes estarían de acuerdo en seguir algún tipo de aplicativo sugerido por la universidad que colabore con el aprendizaje financiero, logrando así un mejor manejo de sus finanzas, la eliminación de gastos innecesarios y un mejoramiento de su nivel de vida, pero por el contrario un mínimo pero importante 7,6% no seguiría dichas ayudas, ya sea por falta de interés en temas financieros o por inexistencia de equipos electrónico o suministro de servicio de internet.

Gráfica 9. Difusión virtual de contenido educativo

Estaría de acuerdo en que la universidad se valiera de medios electrónico para la difusión de contenido educativo?

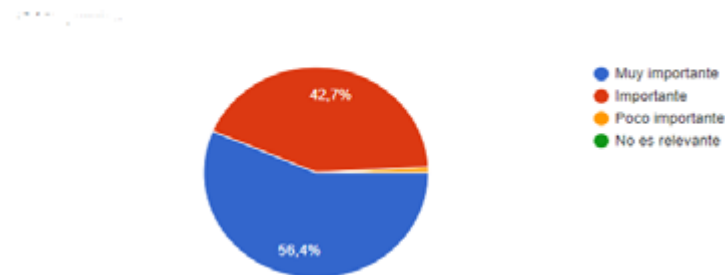


Fuente. Elaboración propia.

Este porcentaje de 83,3% identifica los estudiantes de la Corporación Minuto de Dios que estarían dispuestos a enriquecer sus saberes a través de plataformas digitales con contenido de confianza con el respaldo de la universidad UNIMINUTO, garantizando así la veracidad de la información y su oportunidad, cabe destacar que en desacuerdo con este método de difusión está un 16,7% que no cuentan con los medios, tiempo o no consideran que esta herramienta sea relevante para su enseñanza.

Gráfica 10. Importancia de las redes sociales

Qué tan importante son las finanzas personales en su hogar?



Fuente. Elaboración propia.

Aunque la educación financiera en el país es precaria, se evidencia el cambio en la cultura del ahorro y las finanzas personales ya que en 99,1% de los estudiantes encuestados consideran que las finanzas personales en su hogar son muy importantes o importantes, lo que garantiza una maximización de los recursos por su buen comportamiento con los mismos, garantizando así un mejor nivel de vida.

Resultados

Al observar los resultados de la investigación realizada se puede percibir que una gran parte de la población encuestada (55,2%) no lleva a cabo un presupuesto mensual de sus finanzas personales ya sea por desconocimiento o simplemente por falta de interés acerca del tema, lo anterior puede ser debido a una falta de cultura financiera entre la población, lo cual ocasiona que a corto o mediano plazo tengan problemas de índole financiero en su vida.

Asimismo, es importante tener en cuenta que el 73,3% del total de las personas encuestadas, no realiza un ahorro para los gastos de emergencia, lo que indica el poco interés hacia las acciones imprevistas que se pueden presentar en algún momento y que pueden llegar a ser puntos de fuga para la economía de las personas.

Por otro lado en cuanto a las redes sociales es importante destacar que para los jóvenes en un 67,7% utilizan con mucha frecuencia las redes sociales (Facebook e Instagram) pasando en su gran mayoría más de 6 horas en las mismas con un 39.6%, seguida de un 38% con personas que pasan de 4 a 6 horas

diarias navegando en estas redes sociales, esto nos indica que los jóvenes pasan una gran parte del día dedicado a la navegación en estas plataformas que para nuestro caso se convierten en herramientas para difundir información acerca de un eficiente uso de los recursos económicos, tanto personales como familiares.

De igual forma, es de resaltar que 68,6% de los jóvenes pertenecen a un estrato social 2, lo cual por lo general se caracteriza por una economía basada en pequeños microempresarios que tratan de obtener ingresos económicos por medio de tiendas, peluquerías o comercio ya que no encuentran un trabajo estable que les brinde una buena remuneración para el sustento de la familia. Sin embargo, estos emprenden sin tener conocimiento en estos ámbitos, por ende cometen múltiples errores en el transcurso de la actividad comercial. Seguida a este le sigue el estrato 3 con el 22,5 % de la población encuestada.

Lo anterior nos demuestra la falta de cultura financiera que existe entre los jóvenes de Ibagué, ya sea por una falta de interés hacia el tema o simplemente

porque no encuentran la información necesaria para lo mismo, sin embargo, esta situación puede llegar a desencadenar problemas financieros a nivel personal, familiar e incluso nacional, influenciando de alguna u otra manera en la macroeconomía de Colombia ya que al no tener capacidad para responder ante situaciones repentinas, se empieza a reflejar un endeudamiento perjudicando la adquisición de nuevos productos o servicios.

Conclusiones

Mediante la implementación del presente proyecto se pretende generar conciencia entre los jóvenes mediante la difusión de contenido digital en redes sociales (Facebook e Instagram) con el fin de llevar un adecuado manejo de sus finanzas personales y familiares, por ende, mejorar la calidad de vida de las personas. Asimismo es importante destacar que actualmente el uso de redes sociales se ha incrementado de manera significativa en América Latina generando un mayor impacto entre los consumidores, por lo anterior, se convierte en una excelente plataforma

para compartir conocimiento sobre las finanzas, teniendo en cuenta que son los jóvenes los mayores cibernautas y que actualmente un gran porcentaje no tiene claro conceptos básicos para llevar a cabo un ahorro y generar una maximización de recursos.

Por los problemas de salud pública que afronta la humanidad en estos tiempos se ha hecho indispensable que las personas cuenten con computadoras, tablets o teléfonos inteligentes que les permitan la interacción con sus lugares de trabajo o estudio y el mundo, esto ha llevado a que las personas pasen más tiempo interactuando con dichos dispositivos. Es por ello que la interacción que se realizará con los seguidores de dichas páginas será de forma constante y oportuna, generando así en ellos un hábito de ahorro constante, permitiendo la eliminación de gastos innecesarios - gastos hormiga - y la maximización de sus bienes y/o riquezas.

Referencias

Asociación de academias de la lengua española. Real Academia Española. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Recuperado de: <https://bit.ly/3dn3Znl/>

Castro, G. P. (abril 2017). Impacto de las redes sociales y las tecnologías Smart sobre la actividad económica y empresarial. Tesis doctoral. Universidad de Cantabria, facultad de ciencias Económicas y empresariales. Recuperado de: <https://bit.ly/3so6nhJ>

Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Editorial Grupo Planeta, España

García, G. I. & Lember, M. (2015). 1,2,3, Educación financiera para niños y jóvenes. Colección acción empresarial de LID Editorial. México DF. Recuperado de: <https://bit.ly/3tq7oaj>

Gómez, C. J. (2014). Uso de redes sociales virtuales en jóvenes universitarios. Universidad Veracruzana. Recuperado de: <https://bit.ly/3so6QR1>

Guerrini, S. (2013). Manual de finanzas personales. Principios básicos para manejar

sus ingresos, gastos, ahorros e inversiones. Recuperado de: <https://bit.ly/3mSl1vF>

Hütt Herrera, Harold (2012). Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta De Difusión. *Reflexiones*, 91 (2), 121-128. Recuperado de: <https://bit.ly/3mTp1wl>

Jiménez, N. S. (2013) El impacto de las redes sociales en la función consumo. Universidad EAN. Facultad de administración, finanzas y ciencias económicas. Bogotá. Recuperado de:

<https://bit.ly/3tmVVbC>

Miralbell, I. O. (S.F). Redes sociales Economía y empresa. *Oikonomics*, Revista de los estudios de economía y empresa. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperada de:

<https://bit.ly/32jJ7qB>

Pabón, S, M. (2015). Aprendiendo a usar las redes sociales. Universidad de Pamplona. Recuperado de: <https://bit.ly/3e5oS5u>

Torrent, C. M (2014 - 2015). Ahorro y planificación financiera en relación al segmento de jóvenes. Tesis. Universidad de Barcelona. Recuperado de: <https://bit.ly/3agcbUm>

Vega, F. (2020 abril, 03). América Latina: El impacto mediático del coronavirus en redes sociales. *Comscore*. Recuperado de: <https://bit.ly/2QpjHVU>

(2010, abril). Utilización de la WEB 2.0 para aplicaciones educativas en la U.N.V.M. Primera Edición. Recuperado de: <https://bit.ly/2QpjHVU>, <https://bit.ly/2PZocXz>



#Soy
Autónoma
Soy *Aunar*



VIGILADA
INSTRUCCION

Corporación
UNIVERSITARIA
**AUTONOMA
DE NARIÑO**

Código SNIES 3817. Resolución 6344 del 17 de Octubre de 2006 MEN.



#Soy
Autónoma
Soy Aunar